

# COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO

## *HOW THE PANDEMIC AFFECTED THE JOURNALIST PRODUCTION IN DAILY PODCASTS: A ANALYSIS IN THE CAFÉ DA MANHÃ AND O ASSUNTO*

Thaís Suênia de Moura Almeida<sup>1</sup> (UEPB)

Adriana Alves Rodrigues<sup>2</sup> (UEPB)

**Resumo:** Esta pesquisa busca compreender as adaptações geradas pela pandemia da Covid-19 nos *podcasts* de notícias em 2020, com o objetivo de discutir os impactos gerados no Café da Manhã e no O Assunto. A pesquisa enfatiza o papel do jornalismo em formato de *podcast* como uma plataforma de informação em crescimento. Como metodologia, procurou-se verificar as modificações causadas nas produções a partir de uma análise quanti-qualitativa conforme Yin (2001) e Bardin (1977), levando em conta o contexto da convergência, segundo Jenkins (2009), os critérios de noticiabilidade conforme Traquina (2008) e as fontes de notícia com base em Schmitz (2011). Os resultados mostraram que as produções sofreram modificações pela pandemia, com um fortalecimento e dependência dos jornalistas dos veículos de comunicação como fontes das produções e, por fim, evidenciamos a falta de interação entre o ouvinte e os produtores dificultando o envolvimento do público com os *podcasts*, além de obstaculizar o estreitamento da relação entre os ouvintes e produtores.

**Palavras-chave:** Comunicação Digital. Jornalismo. *Podcast*. Interação.

**Abstract:** *This research seeks to understand the adaptations generated by the Covid-19 pandemic in news podcasts in 2020, with the aim of discussing the impacts generated by Café da Manhã and O Assunto. The research emphasizes the role of journalism in podcast format as a growing information platform. As a methodology, we verify the changes caused in the productions from a quanti-qualitative analysis according to Yin (2001) and Bardin (1977), taking into account the context of convergence, according to Jenkins (2009), the criteria of news according to Traquina (2008) and news sources based on Schmitz (2011). The results showed that the productions were modified by the pandemic, with a strengthening and dependence of journalists on the media as sources of productions and, finally, we evidenced the lack of interaction between the listener and the producers, hindering the public's involvement with the podcasts, in addition to hindering the narrowing of the relationship between listeners and producers.*

**Keywords:** *Digital communication. Journalism. Podcast. Interaction.*

---

<sup>1</sup>Jornalista. Graduada em Comunicação Social - habilitação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. E-mail: thais.suenia15@gmail.com

<sup>2</sup> Orientadora do trabalho. Doutora em Ciência da Informação pela UFPB. Mestre em Comunicação e Culturas Contemporâneas (linha Cibercultura) pela UFBA. Professora do curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). ORCID: 0000-0003-2378-6934 Email: profeadrianaalves@gmail.com

## 1. Introdução

Com a pandemia e as novas exigências sanitárias estabelecidas para o controle do Coronavírus no Brasil<sup>3</sup> em 2020, o fazer jornalismo teve que ser readaptado para manter a população informada. Seja em formato televisivo, radiofônico, portais de notícias e em *podcasts*, as mudanças podem ser notadas desde a produção até a entrega da notícia. Tais mudanças ocorrem constantemente no jornalismo e atingem tanto quem produz a notícia quanto quem recebe, esse último que deixou de ser passivo e participa da produção a partir de opiniões, interações e realizando conteúdo. Essa abertura só foi possível, conforme Mendonça (2006), devido às evoluções tecnológicas, às novas ferramentas e à inserção da *Internet* no cotidiano das pessoas.

Neste contexto, criado pela evolução das tecnologias, o *podcast* nasceu, cresceu e se reconfigurou. Ele é fruto, segundo Sousa (2017), das transformações midiáticas que redefiniram o jornalismo, em que as antigas práticas não são mais suficientes para suprir a demanda por informações. Essas práticas só foram possíveis através do processo de Convergência que possibilitou, conforme Salaverría e Avilés (2008), uma melhor transmissão de conteúdos informativos dos meios de comunicação. Para Dupagne e Garrison (2006), a convergência não é um efeito único da tecnologia, ela se configura em decisões econômicas e profissionais combinadas com as habilidades dos profissionais.

Desta forma, tratamos o *podcast* como uma mídia que surge a partir da demanda do público que possibilita, conforme Herschmann e Kischinhevsky (2009), um novo nicho de produção e consumo que repensa “a atuação dos usuários no estabelecimento de formas inovadoras de mediações socioculturais” (HERSCHMANN e KISCHINHEVSKY, 2008, p.1). Para entender o formato e os impactos causados pela Covid-19, foi realizado um estudo de caso dos *podcasts* Café da Manhã da Folha de São Paulo e O Assunto da Globo, apresentando características, semelhanças e diferenças entre eles no início da pandemia.

---

<sup>3</sup> A Covid-19 foi uma pandemia que atingiu muitos países no mundo. O Brasil registrou o primeiro caso em 26 de fevereiro de 2020. No início da análise desse artigo (11 de março) o país possuía 52 casos confirmados e 907 casos suspeitos. Um mês depois (11 de abril), o Brasil ultrapassou o número de 20 mil infectados, e constatou 1.124 mortes. Os números cresciam e os governos estaduais e municipais tomavam medidas para evitar a alta disseminação do vírus. Ao longo dos meses, as medidas foram flexionadas e houve a abertura gradual de comércio e locais antes proibidos de abrir. Disponível em: <https://bit.ly/3n3T0RI>. Acesso em: 10 de jul. 2020.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

Criado em janeiro 2019, o Café da Manhã<sup>4</sup> é um *podcast* diário (segunda-feira a sexta-feira) da Folha de São Paulo em parceria com o *Spotify* apresentado por Magê Flores e Rodrigo Vizeu. O *podcast* trata de forma leve sobre diversos temas. Ele é, de acordo com a **Folha** em novembro de 2019, o segundo maior *podcast* do Brasil no *Spotify*, com 77% da audiência formada por ouvintes com menos de 34 anos.

O Assunto é um *podcast* diário (com algumas edições especiais no fim de semana) da **Globo** apresentado pela jornalista Renata Lo Prete. Criado em agosto de 2019, trata sobre um tema comentado na mídia tradicional ou nas redes sociais no dia anterior a sua publicação, e, em seu formato, conta com a participação de especialistas e população. É um dos *podcasts* jornalísticos mais importantes do país e, em 2019, conforme o G1, tornou-se o 1º *podcast* do Brasil na lista dos mais baixados da América Latina, alcançando 7 milhões de *downloads* no episódio 100, lançado em 14 de janeiro de 2020<sup>5</sup>.

Portanto, procurou-se compreender, a partir de uma pesquisa quanti-qualitativa e uma análise de conteúdo, como a pandemia afetou a produção jornalística em *podcasts* e como os objetos se adaptaram às demandas do público e à nova rotina. Também foi analisada a influência desse formato no jornalismo, e como se dá a relação entre a equipe dos *podcasts* com a equipe geral das empresas, assim como a relação dos apresentadores com o público.

## 2. *Podcast* no contexto da convergência na pandemia

Em 2008, ao abordar sobre a *Internet* e o aceleração das adaptações das redações ao meio digital, Salaverría e Negredo (2008) afirmavam que os meios de comunicação atravessavam momentos de mudanças profundas. Os autores asseguravam que para se ajustar à nova sociedade, os veículos “mudam seus processos de produção, suas ferramentas e estruturas, seus códigos comunicativos e, como se vê, até seus modelos de negócios tradicionais” (SALAVERRÍA, NEGREDO, 2008, p.31, Tradução nossa)<sup>6</sup>. Doze anos depois

---

<sup>4</sup> *Podcast* Café da Manhã terá nova temporada em 2020”. 2019, **Folha de São Paulo**. Disponível em: <https://bit.ly/2GXFkru>. Acesso 25 jun. 2020.

<sup>5</sup> “O Assunto, *podcast* diário com Renata Lo Prete, chega ao episódio #100 com 7 milhões de downloads”. G1 Globo, 14 jan. 2020. Disponível em: <https://glo.bo/30U9C5E>. Acesso 25 jun. 2020.

<sup>6</sup> No original: “Cambian sus procesos de producción, sus herramientas y estructuras, sus códigos comunicativos y, como resulta, incluso sus modelos de negocio tradicionales”

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

podemos notar que o cenário descrito por estes autores se repete em 2020. Impulsionados pela pandemia a mudar as antigas estratégias, os veículos de comunicação se adaptaram para continuar com o seu objetivo de manter a população informada. Para Jenkins (2009), é nesses momentos de conflitos e controvérsias “que as comunidades são obrigadas a articular os princípios que as dirigem” (JENKINS, 2009, p. 54).

Para tal, é preciso, segundo Salaverría e Negredo (2008), revisar os processos, promover novos perfis profissionais, ajustar as funções de repórteres e editores, melhorar a comunicação entre setores, renovar as coberturas, elaborar novos formatos, entre outros. No mais, é preciso convergir as redações levando em conta a produção e o consumo de informação, a organização interna e o público. Logo, compreender como se dá a convergência é essencial para entender o funcionamento dos *podcasts* trabalhados, pois eles utilizam como fonte entrevistas com os jornalistas e colunistas de suas empresas. A convergência permite, conforme Salaverría e Avilés (2008), uma melhor transmissão de conteúdos que reforçam e inovam a imagem da empresa a partir da utilização de diversos meios e de diversas formas. Os autores acrescentam ainda que as empresas utilizam as plataformas “tendo em conta suas diferenças e complementaridades tecnológicas, e preservando ao mesmo tempo a coerência de seus conteúdos” (SALAVERRÍA, AVILÉS, 2008, p.37, Tradução nossa).<sup>7</sup>

Percebe-se a exploração de conteúdos e serviços por várias plataformas tanto na **Globo** quanto na **Folha**, quando a notícia da TV e/ou do meio digital é a mesma pauta do *podcast*. Vale-se destacar que a produção de *podcasts* por empresas de comunicação foi tardio no Brasil. Em 2014, Lucio Luiz declarava que havia uma ausência das grandes empresas de mídia na elaboração de arquivos nesse formato e, quando havia alguma referência, era um áudio sem regularidade que não poderia ser baixado. Contudo, com o aumento da procura e produção de *podcasts*, houve a necessidade das empresas aderirem a este meio, sobretudo para alcançar um público mais jovem, visto que, de acordo com a última pesquisa da ABPod<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> No original: “Cuento con sus diferencias y complementariedades tecnológicas, preservando la consistencia de su contenido”

<sup>8</sup> A ABPod, de acordo com o seu site, é um “órgão de associação, coordenação, orientação e representação dos produtores, locutores, comentaristas e veiculadores de *podcasts*, em todo o território nacional”. Disponível em: <https://bit.ly/3i0mooW>. Acesso em: 10 ago. 2020.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

(Associação Brasileira de *Podcasters*) de 2019, a média de idade dos ouvintes deste formato está entre 28 anos, do gênero masculino (76%), com ensino superior incompleto ou completo.

Já na pesquisa de 2018 da ABPod, para 94,2% dos ouvintes, o aspecto mais importante é o conteúdo, sendo os debates, apresentações e entrevistas os formatos de mais interesse. Os *podcasts* selecionados nesta pesquisa se encaixam nesses dados por levarem aos ouvintes informação e conteúdo, e por trabalharem debates, apresentações e entrevistas. No Café da Manhã geralmente os apresentadores introduzem o tema do episódio, e convidam duas pessoas para debaterem. Frequentemente os entrevistados são os repórteres especialistas da **Folha de São Paulo** e responsáveis pela pauta no site. Enquanto que em O Assunto, apesar de a estrutura ser parecida com a do Café, eles também utilizam como entrevistados especialistas da área que o episódio trata e a população.

### **3. Reformulações do *podcast* e o ‘novo normal’**

A produção de informação sonora, para Lopez (2010), exige dos meios de comunicação investimento e ampliação das suas estratégias narrativas. Para a autora, trata-se de uma mudança na forma de apresentar as informações, assim como de técnicas e métodos adotados para transmissão e consumo, buscando acompanhar as inovações e as demandas do ouvinte. Para cada adaptação, conforme Lopez (2010), é preciso levar em conta as interferências das políticas públicas, o uso dos meios de comunicação no período e a maneira como se inserem nas dinâmicas comunicacionais já existentes. Herreros (1994) no seu estudo sobre rádio, acrescenta que as alterações surgem conforme os aspectos e objetivos de cada momento, e dependem da personalidade, da cultura, e da identidade corporativa e daquilo que ela deseja difundir.

Para discutir as adaptações ao ‘novo normal’, o Instituto Serrapilheira promoveu o webinar com produtores de *podcasts* com o tema ‘*Podcasts* na quarentena’<sup>9</sup> no dia 23 de abril de 2020, através do aplicativo *Zoom*. Rodrigo Vizeu e Magê Flores, apresentadores do Café da Manhã, participaram do encontro que reuniu também os apresentadores dos *podcasts* ‘37 graus’ e do ‘A Terra é redonda’ para discutir os impactos da pandemia em suas produções.

---

<sup>9</sup>Webinar: *Podcasts* na Pandemia. Instituto Serrapilheira, 2020, *Youtube*. Disponível em: <https://bit.ly/3nFzyfb>. Acesso em: 28 jul. 2020.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

Flores revelou que as principais mudanças na rotina da produção foram: a adaptação da produção para o ‘estúdio’ em casa; e a dificuldade em cobrir conteúdos de ciência enquanto o *podcast* em sua boa parte, antes da pandemia, tratou sobre política. Vizeu acrescentou que outra dificuldade se refere aos mesmos não serem jornalistas especializados em ciência, assim como a auto exigência em estudar para falar sobre a pandemia. Flores esclareceu que a produção do Café está atrelada à produção e jornalistas da **Folha**.

É fundamental percebermos essa presença de especialistas nos *podcasts* pois, para Abiahy (2005), o jornalismo especializado responde a demanda por informações direcionadas que caracteriza a formação de audiências, é uma resposta para grupos que buscam uma linguagem apropriada a seu interesse/contexto. Logo, é fundamental a presença dos jornalistas especializados como fontes para que seja construída a credibilidade e a força do episódio.

A relação da equipe do Café da Manhã com a equipe geral da **Folha de São Paulo** se torna essencial nesse momento, uma vez que os jornalistas especializados do referido jornal se tornaram peças fundamentais para os *podcasts* diários, caracterizando uma convergência profissional e de conteúdo. As adaptações ocorreram também em O Assunto. A jornalista Renata Lo Prete, apresentadora do *podcast*, participou da palestra “O Mundo mudou, o jornalismo também” no dia 11 de junho do *Campus Party*<sup>10</sup>, e apontou diversos pontos que afetaram o *podcast*, como uma exigência maior pelo trabalho do jornalismo isolado, mudanças no acesso às fontes, e a dependência de informações por profissionais dos hospitais, assim como por informações oficiais do governo que poderiam ser duvidosas.

Essa dificuldade de fazer o jornalismo em casa já foi abordada por Salaverría e Negrodo (2008), visto que, nesse formato, há uma dependência de fontes e uma dificuldade em verificar informações. Lopez (2010) acrescenta que há diminuição da capacidade do jornalista de contar histórias a partir do afastamento da descrição e da exploração dos cenários sonoros e suas impressões do acontecimento.

Da mesma forma que esse cenário gera desafios para quem produz notícias, também impulsiona a reinvenção do jornalismo frente às novas tecnologias ocasionadas a partir de uma maior procura do público por informações verificadas. Para Renata Lo Prete (2020), esse momento é de ganho de audiência para os *podcasts* visto que as pessoas procuram por

---

<sup>10</sup> Arena *Podcast* #CPDE. 11 jun. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/3hTRAWQ> Acesso em 05 jul. 2020.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

informações qualificadas, apuradas e checadas. Essa afirmação pode ser comprovada pelo relatório da *Voxnest*<sup>11</sup> (empresa americana especializada em tecnologias para a indústria de áudio) que mostra que, embora o Brasil seja um dos países mais afetados pelo Coronavírus, lidera o ranking onde a produção de *podcasts* mais cresceu no mundo em 2020, e fica na quinta posição quando se trata do seu consumo.

#### 4. Metodologia

Os dados apresentados nesta investigação são oriundos dos *podcasts* Café da Manhã e O Assunto. A investigação tem abordagem quali-quantitativa, configurando como o Estudo de Caso segundo Yin (2001), que afirma se tratar de uma pesquisa empírica de um fenômeno contemporâneo no contexto do mundo real.

Trata-se de uma metodologia aplicada para avaliar ou descrever situações dinâmicas em que o elemento humano está presente. Busca-se apreender a totalidade de uma situação e, criativamente, descrever, compreender e interpretar a complexidade de um caso concreto, mediante um mergulho profundo e exaustivo em um objeto delimitado. (MARTINS, 2008, p.11)

Neste tipo de análise, por discutirmos dois programas, aplicamos o estudo de caso múltiplo conforme Yin (2001). Cada *podcast* é um estudo de caso individual, e o estudo como um todo será de casos múltiplos. Assim, a questão de pesquisa buscou responder como a pandemia afetou a produção jornalística nos *podcasts* e como os dois objetos em análise se adaptaram à nova rotina gerada pela pandemia.

Para analisar como a pandemia impactou essas produções, foi realizada uma pesquisa quantitativa e qualitativa. Como instrumental técnico, utilizamos a Análise de Conteúdo (AC), sendo uma análise qualitativa caracterizada pela presença ou ausência de certas características do conteúdo e a quantitativa sobre a frequência com que surgem certas características (BARDIN, 1977). Para Bardin (1977), a análise conteúdo trata-se de

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter por procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN, 1977, p.42)

---

<sup>11</sup> “Produção de *podcasts* no Brasil cresce durante a pandemia”. Terra, 07 jul. 2020. Disponível em: <https://bit.ly/2SPHGjy> Acesso em 05 jul. 2020.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

Para essa análise com métodos mistos, o *corpus* empírico resultou após um levantamento de dados que compreendeu o período entre 11 de março a 11 de abril, trazendo quantas vezes a Covid-19 foi pauta nos dois *podcasts*, em quais temas (seja economia, saúde, ciência, educação, etc) e os tipos de fontes utilizadas, conforme Schmitz (2011). Essa parte da pesquisa traz um panorama geral apresentando o volume de pautas voltado ao Coronavírus no Brasil nas duas produções. Como pressuposto da AC, foram criadas as categorias de análises, quais sejam: 1) Frequência; 2) Fontes de notícia; 3) Critérios de Noticiabilidade e 4) Interações e Redes Sociais como forma de aferir as reconfigurações dos *podcasts* no período da pandemia e que estejam alinhadas à questão de pesquisa.

Para interpretar os dados, utilizamos o procedimento de Análise Descritiva, que consiste em descrever as principais tendências de um fenômeno a partir dos dados existentes e em observar situações que levam a novos fatos. Este método é baseado em uma ou várias questões de pesquisa, não tem hipótese e inclui a coleta de dados, depois organiza, tabula e descreve o resultado.

#### **4.1 Frequência e números quantitativos**

A frequência trata da quantidade de vezes em que o Coronavírus foi pauta nos dois *podcasts* entre 11 de março a 11 de abril. É importante contabilizar a quantidade para sabermos o quanto o vírus interferiu na escolha de pautas e no direcionamento das produções tanto no Café da Manhã quanto em O Assunto. Além da frequência, também foram quantificados os tipos de fontes mais utilizados por cada *podcast* e o número de temas pautados.

#### **4.2 Fontes de Notícias**

Para o estudo das fontes de notícia utilizadas pelos *podcasts* levamos em conta as fontes primárias que são, conforme Schmitz (2011), as pessoas que fornecem diretamente às informações. Já as fontes secundárias que são as que fornecem informações de base para o episódio, mas não participam diretamente com a voz, não serão levadas em conta nessa análise. Schmitz (2011) divide as fontes primárias em: oficial; empresarial; institucional; popular; notável; testemunhal; especializada e referencial. A oficial é alguém com cargo

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

público e se pronuncia pelo órgão; A empresarial é quem representa uma corporação, comércio ou serviço; A institucional é quem representa uma organização sem fins lucrativos. A popular é alguém que fala por si. A notável são pessoas famosas como artistas; A testemunhal “funciona como álibi para a imprensa, pois representa aquilo que viu ou ouviu, como partícipe ou observadora” (SCHMITZ, 2011, p. 26). A especializada é uma pessoa com saberes específicos que têm a capacidade de analisar as consequências de ações. E a referência são as referências bibliográficas ou um documento que serve de consulta.

#### **4.3 Critérios de Noticiabilidade**

Para analisar os critérios de noticiabilidade, utilizamos Traquina (2008) com base em Wolf (1987). Para o autor, os valores-notícia são divididos em: seleção e construção. A seleção é o critério que define se o fato se tornará notícia e está subdividido em critérios substantivos e critérios contextuais, o primeiro é uma avaliação direta da relevância do fato, e o segundo considera o contexto de produção da notícia. Já a construção trata do que deve ser realçado e o que deve ser omitido na notícia. Nessa pesquisa levamos em conta os critérios de seleção substantivos (morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia e infração) e os critérios de construção (simplificação, amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância), uma vez que não temos como avaliar os critérios de seleção contextuais sem participar da produção.

#### **4.4 Distribuição dos *podcasts* e interação nas redes sociais**

Nas palavras de Primo (2005) o “*podcasting* é um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na *Internet*” (PRIMO, 2005, p.1). Dessa forma, é natural que a sua divulgação seja feita através da *Internet* e com o uso não somente de feed RSS<sup>12</sup> e agregadores, mas também das redes sociais. Sendo assim, faz-se importante analisar os agregadores que disponibilizam o áudio dos *podcasts*, assim como estudar como eles são

---

<sup>12</sup> “*Feed RSS, ou Really Simple Syndication*, é um recurso de distribuição de conteúdo em tempo real baseado na linguagem XML. Essa tecnologia permite que os usuários de um blog ou canal de notícias acompanhem suas atualizações por meio de um *software*, *website* ou *browser* agregador” (ABREU, 2018, s/p). Disponível em: <https://bit.ly/2Ilrosc> Acesso em 11 set. 2020.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

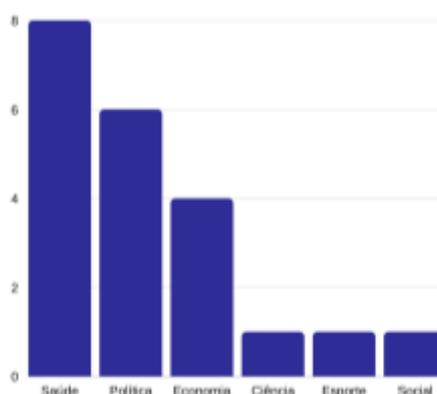
divulgados pelas redes sociais e a interação que ambos possuem com o público pois, para Toy (2019), “a circulação do conteúdo depende em grande parte, da participação ativa de seus consumidores” (TOY, 2019, p.22)

## 5. Resultados e análise dos dados - Análise Quantitativa

A metodologia quantitativa, para Bardin (1977), analisa a frequência de aparição de elementos. Para essa análise, consideramos as variáveis de: frequência em que o Coronavírus foi pauta, os tipos de fontes e a quantidade de vezes em que elas foram utilizadas, além da contabilidade do número de temas e o total de minutos dedicados aos impactos da Covid-19 durante 11 de março a 11 de abril. A frequência aborda a quantidade de vezes em que o Coronavírus foi pauta; os tipos de fontes identifica quais foram os principais tipos de fontes utilizados para construir a narrativa durante o episódio, e os principais temas estão relacionados à escolha da pauta pela produção dos *podcasts* (Tabelas 1<sup>13</sup> e 2<sup>14</sup>).

Os dados quantitativos revelam também os números de pautas de cada *podcast* no período analisado (Gráficos 1 e 2), versando sobre diversas temáticas que foram abordadas durante a investigação.

**Gráfico 1** - Números de pautas por tema no Café da Manhã



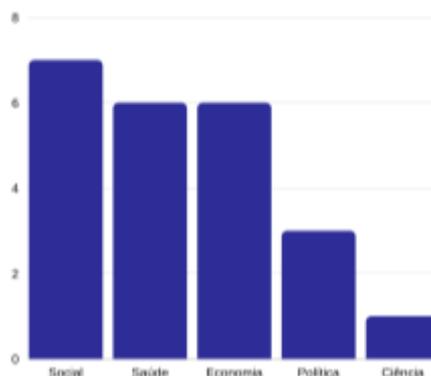
Fonte: Elaboração das autoras

<sup>13</sup> Tabela 1 - A Covid no Café da Manhã. Disponível em: <https://bit.ly/3aABZLt>.

<sup>14</sup> Tabela 2 - A Covid no O Assunto. Disponível em: <https://bit.ly/2Zzyi2d>.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

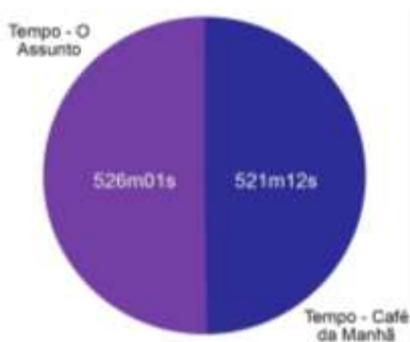
**Gráfico 2-** Números de pautas por tema em O Assunto



Fonte: Elaboração das autoras

Ambos os *podcasts* apresentaram, coincidentemente, 21 pautas abordando o Coronavírus durante o primeiro mês. Sendo assim, notou-se que a presença da Covid-19 foi quase diária durante o primeiro mês de pandemia, mostrando o impacto que o vírus causou em diversos setores, seja economia, política, saúde, ciência, etc. Os temas abordados divergem entre uma produção e a outra. O Café da Manhã trouxe para os ouvintes mais conteúdos sobre saúde e de política utilizando, na maioria das vezes, colunistas e repórteres da própria **Folha de São Paulo**, enquanto que O Assunto contou com mais temas voltados para social, saúde e economia utilizando os repórteres da **Globo**, as fontes populares e especialistas não ligados ao grupo de comunicação como fontes. Os gráficos 3 e 4 mostram o número de fontes e minutos durante o mês nos dois *podcasts*.

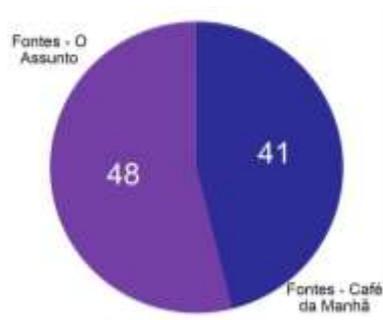
**Gráfico 3 -** Tempo total dos *podcasts* durante o primeiro mês de pandemia



Fonte: Elaboração das autoras

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

**Gráfico 4** - Quantitativo de fontes utilizadas pelos *podcasts*



Fonte: Elaboração das autoras

O total foi de 41 fontes no Café da Manhã e 48 em O Assunto. Além das fontes, contabilizamos também os minutos, o Café totalizou 521 minutos e 12 segundos gerando uma média de 25 minutos por episódio, e O Assunto com 526 minutos e 1 segundo gerando a mesma média de minutos por episódio.

Pudemos evidenciar que a partir da frequência, a maioria das pautas dos *podcasts* possuía como tema o Coronavírus, de forma a evidenciar não somente o vírus, mas também as consequências geradas nos diversos setores (economia, saúde, cotidiano, etc). Com os tipos de fontes, constatamos que houve uma frequência de fontes especialistas, a ênfase nesta fonte é justificada pelo fato de ser um tema novo e seu estudo precisava de respaldo de especialistas que concediam seu conhecimento. No Café da Manhã, a maior parte das fontes foi jornalistas da **Folha de São Paulo**, o que pode gerar comodismo ao não sair da zona de conforto ao utilizar apenas contatos entre o próprio grupo sem explorar outras fontes e, por outro lado, a relação fortalece o relacionamento entre os jornalistas do veículo e o auxílio na construção da notícia. Já O Assunto oscilou suas fontes entre especialistas da Globo, outros especialistas e as populares diversificando sua produção e trazendo outros pontos de vista.

## 6. Análise Qualitativa

Para essa análise, trouxemos as categorias critérios de noticiabilidade e distribuição dos *podcasts* e interação nas redes sociais citadas na metodologia para discutir como ambas são aplicadas nos dois podcasts.

## 6.1 Critérios de Noticiabilidade

Utilizamos os critérios de noticiabilidade abordados por Traquina (2008). Consideramos os critérios de seleção substantivos com as categorias de morte, notoriedade, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia e infração. E os critérios de construção com simplificação, amplificação, relevância, personalização, dramatização e consonância.

Notou-se que todas as categorias citadas por Traquina (2008) são utilizadas por ambos os *podcasts*, algumas não tão presentes ao longo dos episódios e outras evidentes em outros.

Primeiro, abordamos as categorias dos critérios de seleção substantivos. A morte ocorreu de forma direta e indireta, pois o vírus causou a morte de milhares de pessoas no Brasil. A notoriedade aborda sobre o nome e a posição que o autor principal ocupa em determinada situação. Neste caso, o nome do autor principal seria o Coronavírus, e a posição alta leva em conta de ter se tornado pandemia atingindo todo o mundo.

Mesmo trazendo notícias com fontes especialistas que, muitas vezes, são distantes do público, há o valor-notícia proximidade por se tratar de uma doença que atingiu a maioria da população. A relevância é sobre o que é importante e possui impacto na vida das pessoas, no episódio “O mercado de trabalho e a proteção de saúde e empregos” do dia 27 de março do Café da Manhã. Notamos que ele traz a relevância como valor-notícia ao falar do mercado de trabalho e os empregos que atingem milhões de brasileiros.

A novidade é tudo o que é novo. No episódio “O saque de R\$600,00 para os informais”, do dia 9 de abril, de O Assunto, há esse valor-notícia por se tratar de algo recente que gerava dúvidas. A notabilidade aparece com um acontecimento insólito, como a Covid-19 era recente no Brasil, a maioria das pautas possui essas características por abordarem o que não era habitual até então. Inesperado é o que surpreende as expectativas, por exemplo: na maioria das pautas políticas do Café da Manhã havia citações de declarações do presidente Jair Bolsonaro sobre a Covid-19, sendo estas contra as recomendações do Ministério da Saúde. O conflito também entraria neste exemplo uma vez que se trata de conflitos entre o presidente e os especialistas da saúde. E o último valor-notícia é a infração que trata sobre os desvios de norma, na qual podemos citar Bolsonaro como exemplo e os seus desvios de conduta que se tornaram pautas.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

Os critérios de construção podem ser notados e analisados nas duas produções. Por utilizarem o tom mais leve e conduzirem os episódios em forma de conversação, caracterizam-se no critério de simplificação ao tratarem as notícias de maneira simples, explicativa e desprovida de ambiguidade e complexidade, possuindo mais chances de serem notadas e compreendidas.

A Covid-19 produz transformações, gera novas práticas e faz surgir inovações em todos os setores, seja de forma social, cultural ou econômica. Portanto, os critérios de amplificação e relevância são evidentes por ser um fato amplo e relevante. O critério de personalização pode ser notado em alguns episódios, no “A vida dos idosos sob isolamento social”, do dia 30 de março, do *podcast* Café da Manhã, há cinco idosos como fontes para falarem de suas rotinas personalizando o episódio e despertando o interesse dos ouvintes.

A dramatização é quando há emoção no tratamento da notícia. No episódio do dia 2 de abril de O Assunto, “Covid-19: o drama de quem trata de pacientes”, esse valor pode ser notado em razão de utilizar as falas de três profissionais da saúde e suas dificuldades diárias para salvar vidas. O último valor-notícia é a consonância onde a notícia deve ser interpretada num contexto conhecido, como trata de um vírus mundial, a maioria dos ouvintes já sabe, mesmo que de forma rasa, o que é.

A discussão dos critérios foi ampla, porém, para uma análise mais detalhada teríamos que verificar os 42 episódios isoladamente e os critérios relacionados a cada um deles. Por isso, trouxemos de forma geral os critérios trabalhados por Traquina e como eles puderam ser notados nos *podcasts*. Nota-se que os critérios de noticiabilidade geralmente estavam voltados ao vírus. Os *podcasts*, ao levarem as notícias para o público um dia após o acontecimento trazem aprofundamento com análises, dados e com o uso de várias fontes. Um dos critérios frequentes é a simplificação, pois eles transmitem a mensagem da forma simples até mesmo por ser um formato auditivo, de forma a levar aos produtores a necessidade de simplificar o fato para sua compreensão. No mais, a presença dos critérios de noticiabilidade reforça o valor jornalístico dos *podcasts* como veículos/plataformas de informação.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

## 6.2 Distribuição dos *podcasts* e interação nas redes sociais

Cada *podcast* possui sua hospedagem em plataformas e sites distintos. O Café da Manhã pode ser encontrado no *Spotify*<sup>15</sup> ou no site da **Folha de São Paulo**<sup>16</sup>, e O Assunto está disponível no *Spotify*, *Castbox*, *Google Podcasts*, *Apple Podcasts*, *Deezer*, e também no site do G1<sup>17</sup>. Na questão da interação entre os *podcasts* e os ouvintes, notou-se ausência de plataformas ou perfis nas redes sociais dedicados a interagir e a gerar comunidades.

No Café da Manhã, observamos algumas participações dos apresentadores em *webinars* promovidos por instituições como no exemplo citado do evento *on-line* do Instituto Serrapilheira no dia 23 abril. Nas redes sociais (*Instagram* e *Twitter*) podemos notar que no *Instagram* não há uma conta para o *podcast*, sendo a única possibilidade de interagir através do perfil da **Folha de São Paulo**. Já no *Twitter*, sem conta dedicada ao Café da Manhã, Magê Flores e Rodrigo Vizeu usam seus perfis pessoais para interagir com o ouvinte.

Em O Assunto, apesar do G1 possuir contas no *Facebook*, *Instagram*, *Twitter* e até mesmo *Pinterest* não há contas dedicadas ao *podcast*. O G1 evidencia essa produção por sua audiência e sua marca de 20 milhões<sup>18</sup> de *downloads*, porém raramente abre espaços para interações. Durante a análise, um dos espaços de interação que pode ser citado foi a *live* de 1 ano de O Assunto, momento em que os ouvintes puderam fazer perguntas, mediadas por uma jornalista, à Renata Lo Prete. E, assim como Vizeu e Flores interagem com o público através de suas contas no *Twitter*, Lo Prete também usa sua conta pessoal nesta rede para interagir.

Ambos os *podcasts* possuem, no *site* dos seus veículos de comunicação (**Folha de São Paulo** e **G1**), a hospedagem dos episódios diários acompanhados de um resumo sobre o que se trata de uma caixa de comentários para que as pessoas deixem suas observações. No geral, nota-se pouca interação entre os ouvintes e as equipes, salvo em breves momentos no *Twitter*. A falta de redes sociais dedicadas a cada *podcast* e de um espaço de interação com o público dificulta a conexão entre a produção e o ouvinte, sendo ele uma das peças chaves para

---

<sup>15</sup> Serviço de *streaming* de música, *podcast* e vídeo com recursos gratuitos e pagos. WIKIPEDIA. Disponível em: <https://bit.ly/3jQ82JJ>. Acesso em 11 set. 2020.

<sup>16</sup> Através do link: <https://bit.ly/34Pbe1I>. Acesso em 10 set. 2020.

<sup>17</sup> Através do link: <https://glo.bo/2IcGcJs>. Acesso em 10 set. 2020.

<sup>18</sup> G1. **Podcast 'O Assunto' supera marca de 20 milhões de downloads.** 20 abr. 2020. Disponível em: <https://glo.bo/3mugEHG>. Acesso em 14 set. 2020.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

produções oriundas do meio digital e responsável, em alguma medida, pela audiência do Programa e pela qual teriam mais reverberação dos assuntos tratados.

### **Considerações finais**

Essa é uma discussão inicial da problemática, na qual analisamos os impactos da Covid-19 na produção jornalística em dois *podcasts* com um recorte temporal, muito embora as possibilidades sejam diversas, uma vez que as adaptações dos meios de comunicação à nova realidade estão em curso e são recentes.

Desse modo, o objetivo da pesquisa foi identificar os impactos da pandemia causados nas produções de *podcasts* e, através dessa análise realizada por categorias, concluímos que a Covid-19 virou tema rotineiro das produções, impactando a escolha de pautas e os critérios de noticiabilidade por eles adotados. Nesse sentido, houve o estreitamento da relação entre as equipes internas dos grupos de comunicação, produzindo o fortalecimento da convergência dentro das redações e, ao mesmo tempo, uma maior dependência de fontes internas.

Outro ponto a ser levantado é sobre o uso das redes sociais. Apesar de a *Internet* gerar infinitas possibilidades de interação, a falta dessa interação é evidente em ambas as produções, o que gera afastamento do público com os produtores. Os *podcasts* poderiam ter aproveitado esse tempo de isolamento social para fortalecer sua relação com o ouvinte, seja através de participação nos episódios com a coleta de áudios anteriormente a sua veiculação, ou pela criação de plataformas/redes sociais próprias para a interação entre eles. As possibilidades através da *Internet* são infinitas e pouco exploradas pelos veículos para expandir o público que anda em crescimento, e para fortalecer a relação do ouvinte com quem produz.

Apesar de não evidenciarmos diretamente as alterações de rotinas das equipes envolvidas nas duas produções, constatamos que a presença diária de pautas voltadas ao Coronavírus desafiou os jornalistas a não somente trabalhar de forma remota, mas também na condução e investigação de pautas voltadas a um assunto novo e com poucas certezas.

Foi necessário adquirir novas estratégias de atuação, investigação e desenvolvimento das notícias para manter o ouvinte informado. O trabalho de apuração foi intensificado pois se

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

tratava de um assunto pouco conhecido entre as pessoas, considerando fácil a proliferação de boatos sobre a doença, curas, remédios e até dados sobre mortes.

No geral, há uma presença diária de pautas dedicadas à Covid-19 e uma dependência de fontes especialistas. Entende-se o uso contínuo desse tipo de fonte por se tratar de uma doença nova e pouco conhecida, necessitando de respaldo médico, científico e de demais especialistas. No mais, não constatamos diferença na qualidade do áudio dos apresentadores do Café da Manhã, mesmo que Flores e Vizeu tenham comentado sobre a produção dos *podcasts* saírem do estúdio para suas casas, mas são perceptíveis, nas entrevistas com as fontes, áudios com qualidade mais baixa. Já em O Assunto, não há como comprovar a mudança de ambiente das gravações já que Lo Prete não menciona nos depoimentos abordados. Contudo, assim como o Café, é notória a diminuição da qualidade do áudio durante as entrevistas.

É preciso enfatizar que a impossibilidade de contato com as produções dos *podcasts*, que foi solicitada através de *e-mails* e de redes sociais, dificultou a análise a partir da falta de conhecimento direto das alterações nas rotinas dos jornalistas e especialistas que fazem parte das produções. Dessa forma, esse estudo teve o intuito de auxiliar com aporte teórico e com as discussões realizadas com as prováveis pesquisas em jornalismo, uma vez que, o objeto não se esgota nesta análise. Futuros pesquisadores podem explorar outros focos e ângulos quando se trata de *podcasts* jornalísticos na pandemia, por exemplo: como as *fake news* foram abordadas pelos *podcasts* levando em conta os critérios de noticiabilidade por Traquina (2008), como as rotinas dos jornalistas foram alteradas durante o isolamento social, e até mesmo, a convergência dos *podcasts* e o uso do formato audiovisual nas produções para a distribuição do conteúdo fundamentado em Jenkins (2009). Em suma, a investigação tem o intuito de expandir o conhecimento sobre *podcasts* e a sua relevância no jornalismo.

## REFERÊNCIAS

ABIAHY, Ana. **Jornalismo especializado na sociedade da informação.** Em *Questão*, ISSN-1808-5245, Vol. 13, Nº. 1, 2007. Disponível em: <https://bit.ly/3inKECv>. Acesso em 05 jul. 2020.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo.** Tradução de Luiz Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Ed, v. 70, 1977.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

DUPAGNE, Michel; GARRISON, Bruce. **THE MEANING AND INFLUENCE OF CONVERGENCE:** A qualitative case study of newsroom work at the Tampa News Center. Taylor & Francis, Journalism Studies, Vol. 7, No 2, 2006. Disponível em: <https://bit.ly/35Y0roj>. Acesso em: 25 jul. 2020.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento.** Disponível em: [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_263.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_263.pdf). Acesso em 25 jun. 2020.

HERREROS, Mariano Cebrián. **Información Radiofónica:** Mediación Técnica Tratamiento y Programación. Editorial Síntesis, 1994. 544 p. v. 1.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático:** tendências e perspectivas do jornalismo all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Labcom, 2010. 158 p. Disponível em: <https://bit.ly/2FWNPdD>.

LUCIO, Luiz. **Reflexões sobre o podcast.** Marsupial, 1ª Ed., 2014.

MARTINS, G. A. Estudo de caso: uma reflexão sobre a aplicabilidade em pesquisa no Brasil. **Revista de Contabilidade e Organizações**, [S. l.], v. 2, n. 2, p. 9-18, 2008. DOI: 10.11606/rco.v2i2.34702. Disponível em: <https://bit.ly/3pC1pMQ>. Acesso em: 22 jul. 2020.

MENDONÇA, Adriana Passos. **Novas mídias como alternativa.** 2006. 57 p. Monografia (Curso de Comunicação Social – Habilitação Publicidade e Propaganda) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, [S. l.], 2006. Disponível em: <https://bit.ly/3bR50I2>. Acesso em: 25 jul. 2020.

PRIMO, Alex. **Para além da transmissão sonora:** as interações no podcasting. Intexto, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, n. 13, p. 64-87, 2005. Disponível em: <https://bit.ly/34SgguA>. Acesso em: 14 abr. 2020.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado:** convergencia de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol90 Media, 2008. 200 p. Disponível em: <https://bit.ly/3hIESQA>. Acesso em: 25 jun. 2020.

SALAVERRÍA, Ramón; AVILÉS, José Alberto Garcia. **La convergencia tecnológica en los medios de comunicación:** retos para el periodismo. Barcelona: Trípodos, número 23, 2008. Disponível em: <https://bit.ly/2RhErJ>. Acesso em: 25 jun. 2020.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias:** ações e estratégias das fontes no jornalismo. Florianópolis: Combook, 2011. 85 p.

ALMEIDA, Thaís Suênia de Moura; RODRIGUES, Adriana Alves. **COMO A PANDEMIA AFETOU A PRODUÇÃO JORNALÍSTICA EM PODCASTS DIÁRIOS: UMA ANÁLISE DO CAFÉ DA MANHÃ E O ASSUNTO.**

SOUSA, Carolina Vieira Rocha de. **Podcast:** novas possibilidades para o radiojornalismo na era da convergência midiática. 2017. 61 p. Monografia (Jornalismo) - Centro Universitário de Brasília – UniCEUB, [S. l.], 2017. Disponível em: <https://bit.ly/3bY7A96>. Acesso em: 25 jul. 2020.

TOY, Mariana Ue. **Podcast e Jornalismo:** uma análise dos valores-notícia na temporada do “Caso Evandro” do Projeto Humanos. Monografia - Universidade Federal do Paraná, 2019. 66 p. Disponível em: <https://bit.ly/32p0fMG>. Acesso em: 21 ago. 2020.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo:** porque as notícias são como são. V. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo, Volume II:** A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2008.

YIN, Robert K. **Estudo de Caso, Planejamento e Métodos.** 2. ed. Bookman, 2001.

Recebido em 27/02/2021

Aprovado em 07/06/2021