
Rádio Sumaúma – análise do jornalismo ambiental em mídia sonora¹

Maurício AGUIAR²

Daniela Cristiane OTA³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

RESUMO

Este presente trabalho tem como objetivo analisar o podcast *Rádio Sumaúma* enquanto ferramenta do jornalismo ambiental e independente em mídia sonora, através da metodologia estudo de caso, a partir do autor Yin (2001). Para a análise, selecionamos quatro episódios para observação. A escolha dos episódios, lançados em setembro/2022 e março/2023, visa estabelecer uma comparação entre o período de lançamento do podcast e sua evolução como produto do jornalismo sonoro após seis meses de difusão.

PALAVRAS-CHAVE: podcast; jornalismo socioambiental; jornalismo independente; mídia sonora; Rádio Sumaúma.

INTRODUÇÃO

A *Rádio Sumaúma* é uma parceria entre a *Rede Wayuri – Comunicação Indígena da Amazônia* com a *Sumaúma Jornalismo do Centro do Mundo*, com produção da produtora *Vem de Áudio*. Criada em setembro de 2022, no município de Altamira, no Pará, a rede *Sumaúma Jornalismo do Centro do Mundo* é uma iniciativa dos jornalistas ambientais Eliane Brum, ex-colunista do jornal *El País*, e Jonathan Watts, editor global de meio ambiente do *The Guardian*. O nome é uma referência à árvore amazônica Sumaúma (*Ceiba pentandra*).

No manifesto apresentado na plataforma da iniciativa, os jornalistas descrevem a *Sumaúma* como “não apenas uma plataforma de meio ambiente nem de jornalismo ambiental [...] entendemos que a crise climática atravessa todos os temas e é assim que deve ser tratada pelo jornalismo” (Brum, Watts, Goyzueta, Bedinelli e Jiménez, 2022). A iniciativa é colaborativa e multiplataforma, trabalhando com produtos em diferentes formatos, como reportagem, ensaio fotográfico, vídeos e podcast.

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – Comunicação, Espaço e Cidadania, evento do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), email: mauricio.aguiar@ufms.br

³ Docente orientadora e professora associada da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS) e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação (PPGCOM), email: daniela.ota@ufms.br

O projeto surgiu como uma *newsletter* quinzenal em três diferentes idiomas, português, espanhol e inglês, expandido posteriormente em uma newsletter em áudio, no formato de podcast, a *Rádio Sumaúma*. Com publicação quinzenal, o podcast traz bastidores, entrevistas e análises das reportagens publicadas na newsletter digital, com apresentação de Elizângela Costa, indígena da etnia Baré, e Maickson Serrão, ribeirinho da Reserva Tapajós-Arapiuns.

O meio ambiente é, essencialmente, a temática central do podcast, com foco no bioma amazônico e os povos originários que o habitam, os acontecimentos políticos na região e no Brasil e seus impactos e influência no cenário ambiental nacional. Entre as principais pautas abordadas nos 15 episódios da primeira temporada, estão o avanço do garimpo nas terras Yanomami, o crescimento do desmatamento no país nos últimos quatro anos, a pauta indígena e socioambiental na transição do governo, a representatividade indígena na política e na mídia, os impactos ambientais da usina de Belo Monte e entre outros.

Neste artigo, buscamos compreender a evolução do objeto de pesquisa, o podcast *Rádio Sumaúma*, enquanto mídia sonora e produto do jornalismo ambiental e independente, relacionando os principais conceitos da cobertura ambiental midiática apresentados pelos teóricos Bueno (2007) e Dotson *et. al* (2012) com os estudos do *podcasting*. A partir da revisão bibliográfica, entendemos o formato como um fenômeno jornalístico democrático, multimidiático e hipertextual, que potencializa debates sociais, políticos e ambientais e dá voz a conteúdos independentes.

Para a pesquisa, a metodologia escolhida foi o estudo de caso, com base nos conceitos de Yin (2001), que define o método como instrumento de investigação e compreensão de fenômenos sociais e políticos contemporâneos, em seu contexto na “vida real”. Desta forma, utilizamos o estudo de caso como maneira de elucidar as características da *Rádio Sumaúma* – em diferentes eixos de observação – produzida sob o âmbito do jornalismo ambiental e influenciada pelo contexto político do período em que é produzida.

A escolha da janela de tempo visa estabelecer um campo de investigação do desenvolvimento do objeto, influenciado principalmente pelo contexto em que se encontra, como elucidado por Yin (2001) na metodologia do estudo de caso.

Além da análise da *Rádio Sumaúma*, buscamos ressaltar também na pesquisa a pertinência de iniciativas como o podcast, que abordem pautas socioambientais e indígenas nas demais regiões do país, como no Mato Grosso do Sul, que possui a terceira maior população indígena do Brasil – atrás apenas do Amazonas e Bahia – com mais de 116 mil habitantes, de acordo com dados do Censo Indígena de 2022, divulgado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) em agosto de 2023.

JORNALISMO AMBIENTAL E A FUNÇÃO POLÍTICA

Antes de mais nada, é necessário entender a diferença entre comunicação ambiental e jornalismo ambiental. Neste caso, de acordo com o pesquisador Bueno (2007), assumimos os conceitos de comunicação e jornalismo como processos que têm como objetivo a circulação e a troca de experiências, informações, emoções e conhecimentos. Porém, ambos têm amplitudes, formatos, atividades e periodicidades diferentes. Sobre a comunicação ambiental, o teórico a define como o conjunto de ações, estratégias, produtos, planos e esforços de comunicação destinados a promover a divulgação/promoção da causa ambiental.

A Comunicação Ambiental, diferentemente do Jornalismo Ambiental, não tem um compromisso com a atualidade e muito menos com um particular formato. A Comunicação Ambiental não pressupõe, em geral, periodicidade para seus produtos ou ações. [...] A Comunicação Ambiental é realizada por qualquer profissional, seja ele jornalista, comunicador, biólogo, agrônomo, advogado, pescador ou indígena. (BUENO, 2007, p. 34)

Já o jornalismo ambiental é caracterizado por produtos decorrentes do trabalho realizado por profissionais que atuam na imprensa, presente tanto em veículos tradicionais – por meio de notícias, reportagens, colunas, editoriais e cadernos especiais – como nos espaços jornalísticos destinados exclusivamente ao meio ambiente.

O Jornalismo Ambiental é o reduto dos profissionais de imprensa que têm se organizado, para qualificar a informação e incrementar o debate ambiental, em redes e núcleos. [...] podemos conceituar o Jornalismo Ambiental como o processo de captação, produção, edição e circulação de informações (conhecimentos, saberes, resultados de pesquisas, etc.) comprometidas com a temática ambiental. (BUENO, 2007, p. 34-35)

Bueno (2007) descreve as publicações que têm como foco exclusivo a pauta ambiental como “mídias ambientais”. Neste caso, o termo pode ser usado para se referir à iniciativa *Sumaúma*. O pesquisador ainda ressalta as três principais funções desempenhadas pelo jornalismo ambiental: a função informativa, a função pedagógica e a função política. A função informativa compreende a necessidade que os cidadãos têm de estar em dia com os principais temas que abrangem a questão ambiental, considerando o impacto que comportamentos, processos e modelos têm sobre o meio ambiente.

Já a função pedagógica relaciona-se à elucidação de causas e soluções para os problemas ambientais. Por fim, a função política – entendida no sentido amplo e não apenas na instância político-partidária – diz respeito à mobilização dos cidadãos para fazer frente aos interesses que condicionam o agravamento da questão ambiental.

Incluem-se entre esses interesses a ação de determinadas empresas e setores que, recorrentemente, têm penalizado o meio ambiente para favorecer os seus negócios. Incorpora também uma vigilância permanente com respeito à ação dos governantes que, por omissão ou comprometimento com os interesses empresariais ou de grupos privilegiados da sociedade, não elaboram e põem em prática políticas públicas que contribuem efetivamente para reduzir a degradação ambiental. (BUENO, 2007, p. 36)

A ideologia e a inclinação política influenciam diretamente na cobertura midiática dos acontecimentos ambientais na América do Sul. Como exposto por Dotson *et. al* (2012), os alinhamentos políticos impactam no conteúdo das notícias, no enfoque dado à cobertura jornalística e na quantidade e profundidade das reportagens. Na pesquisa, os teóricos relataram que portais de notícias que possuem alinhamento progressista tendem a cobrir a pauta ambiental com maior frequência, detalhamento e quantidade, no que tange ao número de palavras e recursos visuais por matérias.

A mídia ambiental *Sumaúma*, como observado em seu site, demonstrou apoio por meio de editoriais a candidaturas do espectro político de esquerda nas eleições gerais brasileiras de 2022. Segundo o raciocínio de Dotson *et. al* (2012), a rede *Sumaúma* é um exemplo de plataforma jornalística de alinhamento ideológico progressista, que se preocupa em aprofundar a cobertura ambiental e tratar o tema como um acontecimento contínuo e não episódico.

O meio ambiente foi uma temática de destaque nos veículos de imprensa nos últimos quatro anos, evidenciado principalmente pela posição do governo do ex-presidente Jair Bolsonaro⁴ em meio à política ambiental. Região onde fica localizada a redação da *Rádio Sumaúma*, o desmatamento na Amazônia teve um aumento de 59,5% durante o governo Bolsonaro, em comparação com os quatro anos anteriores. O levantamento foi feito pelo Observatório do Clima, com base em dados do Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (Inpe) e divulgado em novembro de 2022.

Tal fenômeno também foi observado na *Rádio Sumaúma*, já que o episódio piloto da primeira temporada do podcast foi ao ar em setembro de 2022, pouco menos de um mês após o início das campanhas eleitorais gerais, que elegeram presidente, vice-presidente, governadores, congresso nacional e senado. Portanto, o período eleitoral, a transição de governos e os primeiros meses do governo Lula pautaram a primeira temporada do podcast.

PODCAST NA CONTEMPORANEIDADE

Com a transformação nos meios de comunicação, influenciada principalmente pelo advento da internet e seus avanços, a massificação do podcast estabeleceu o formato como prática cultural de produção e conteúdo sonoro digital, como expressado por Bonini (2020). O termo podcast deriva de *podcasting*, usado pela primeira vez pelo jornalista britânico Ben Hammersley para o jornal *The Guardian* em 2004, que une as palavras *broadcasting* e *pod*, uma referência ao dispositivo iPod, reproduzidor de mídia portátil da Apple.

De acordo com os teóricos dos estudos iniciais *podcasting*, Crofts (2005) e Dearman & Galloway (2005), citados por Bonini (2020) em sua recente pesquisa, o formato teria possibilitado a democratização da produção radiofônica, bem como a transformação das suas audiências, sem precisar passar pelos grandes e tradicionais veículos de comunicação, públicos ou comerciais. Já Stern *et. al* (2008) questiona a posição do *podcasting* como um formato independente do rádio, descrevendo o fenômeno como uma continuação do processo de radiodifusão, com um novo posicionamento de mercado, o que contribuiu para a promoção da diversidade cultural em seu conteúdo sonoro.

⁴ Período de mandato: 2019 a 2022.

De fato, o *podcasting*, por exigir menor aparato tecnológico, possuir menor custo de produção e não ter regulamentação como o rádio tradicional, é um formato que oferece uma maior multiplicidade de conteúdos disponíveis para os ouvintes, como destacado pelo autor.

Obviamente, o *podcasting* oferece uma gama muito mais ampla de conteúdo de áudio do que a transmissão de rádio, especialmente quando alguém vai além das listas dos top 10 e classifica a vasta e às vezes estranha variedade de material disponível no universo do *podcasting*. É essa diversidade que dá ao *podcasting* seu cachê cultural. (STERN *et. al*, 2008, tradução nossa)

Em outro âmbito, as pesquisadoras brasileiras Falcão e Temer (2019) defendem que o podcast, enquanto formato jornalístico, propôs uma nova dinâmica de temporalidade e alcance, justificado pela clareza do pacto de conteúdo com seus ouvintes e pela diversidade de formatos que abrange, como entrevistas, debate, reportagem, jornalismo especializado, divulgação científica e outros.

Essa diversidade, alinhada à liberdade oferecida pelo podcast – como a possibilidade da audiência ouvir de forma não-simultânea e sem limites geográficos, a baixa complexidade na produção e a autonomia temática, já que grande parte dos podcasts não possuem vínculos com grandes corporações – evidencia o potencial democrático do formato. Entretanto, esta associação se dá no contexto de inclusão digital, que pressupõe o acesso dos cidadãos às tecnologias de informação e suas potencialidades.

Uma vez que o podcast tanto pode ser produzido por uma única pessoa com um microfone em mãos, quanto por grandes corporações que o incluem em seu rol de produtos midiáticos. Ao contrário do que ocorre no rádio, a distribuição não se restringe à localidade, mas torna-se global, conquanto haja inclusão digital. A flexibilidade de tempo, a liberdade na linguagem e a divisão por episódios também devem ser destacadas. (FALCÃO; TEMER, 2019, p. 4)

Já Bonini (2020) ressaltou que desde sua criação, o *podcasting* evoluiu em duas direções distintas: uma amadora, sem fins lucrativos e outra comercial, com fins lucrativos. “Entre aqueles que usam o *podcasting* para atividade sem fins lucrativos, há produtores independentes e amadores de programas radiofônicos cujo único canal de distribuição é o *podcasting*” (BONINI, 2020, p.20). No seu uso comercial, o autor

aponta que o formato se desenvolveu em pelo menos duas categorias: produtores profissionais/personalidades do mundo da mídia e estações de rádio e TV, jornais e companhias.

Porém, até o início da década passada, apesar dos podcasts produzidos por rádios públicas estarem apresentando números crescentes de *downloads*, o formato permaneceu sem um modelo de negócios estável e pouco atrativo para anunciantes. “As formas como é usado, não tão imediatas nem intuitivas, relegaram o podcasting a um consumo de nicho por pessoas com experiência em tecnologia” (BONINI, 2020, p.23).

Contudo, uma combinação de fatores, como a expansão do uso de smartphones e a popularização das novas plataformas digitais de financiamento coletivo motivou o surgimento de uma nova fase do *podcasting*, iniciada em 2012, mais popular e calcado no apoio financeiro da audiência. O pontapé inicial, nos Estados Unidos, teria sido a desvinculação de podcasts de rádios públicas de suas emissoras, passando a financiar sua produção por meio de doações de ouvintes.

Com esse mix de novas tecnologias de distribuição (*podcasting*) e de escuta (*smartphones*) que se uniram a redes sociais baseadas em som e novas plataformas de financiamento coletivo, as bases para a criação de um mercado independente para o *podcasting* estavam estabelecidas. Dentro desse novo mercado, novos modelos de negócios emergiram, baseados numa mistura de doações, financiamento coletivo, patrocínios e publicidade. (BONINI, 2020, p.25-26)

Sendo assim, a *Rádio Sumaúma*, enquanto parte da iniciativa *Sumaúma Jornalismo do Centro do Mundo*, é um dos exemplos contemporâneos do atual modelo de negócios do *podcasting*, com base na distribuição a partir das redes sociais de som e no sistema de financiamento coletivo. Os episódios são veiculados nos serviços de *streaming* Spotify e Deezer, além de distribuídos pelo aplicativo de mensagens WhatsApp. Ademais, a rede recebe apoio financeiro através da plataforma digital apoie.se, em que os apoiadores podem realizar doações entre R\$10 e R\$2.000,00, com variadas “recompensas” de acordo com a quantia doada.

De acordo com Primo (2005), podemos considerar também o podcast como uma experiência multimidiática e hipertextual, o que o diferencia da radiodifusão tradicional. O autor destaca que cada episódio pode ser relacionado a um recurso visual ou digital, podendo ser acessado por meio de *links* ou uma página da *web*. Com essas

funcionalidades, o *podcasting* ultrapassa a simples escuta e oferece a possibilidade de navegação no interior do programa e na *web*, tendo acesso a novas informações que complementam o conteúdo do podcast.

“Como se viu, a interação com esses programas já é por si inovadora, pois se pode navegar pelo conteúdo sonoro, quebrando-lhe a linearidade, e acessar *links* e imagens associadas a cada capítulo” (PRIMO, 2005, p. 16). No caso da *Rádio Sumaúma*, os ouvintes são convidados a acessar o site da *Sumaúma Jornalismo do Centro do Mundo* para conteúdos adicionais, estando o *link* disponível na descrição do podcast no Spotify e do Deezer.

Diante deste panorama, este estudo tem como objetivo de ampliar a discussão sobre o papel contemporâneo e as características da nova fase do *podcasting* enquanto ferramenta de mídia ambiental, social e independente. Para a aplicação da metodologia, os eixos de observação selecionados para a análise dos episódios são: temáticas; fontes; minutagem; estrutura (relato, debate, narrativa da realidade, entrevista, instrutivo, narrativas ficcionais, noticioso e remediado), como definido por Viana e Chagas (2021) e edição (vinhetas, sonoras e trilhas). Por fim, a investigação qualitativa, com a contextualização do conteúdo descrito.

ANÁLISE

Nesta etapa apresentaremos os resultados da análise de quatro episódios do podcast *Rádio Sumaúma*, publicados nos meses setembro de 2022 e março de 2023. A escolha da janela de tempo visa estabelecer um campo de investigação do desenvolvimento do objeto, após seis meses do seu lançamento, influenciado principalmente pelo contexto em que se encontra, como elucidado por Yin (2001) na metodologia do estudo de caso.

Os episódios analisados são: ‘Puranga Ara’, lançado em 12/09/2022; ‘Rexistência’, lançado em 28/09/2022; ‘Dabukuri’, lançado em 06/03/2023 e ‘Belo Monte e o Futuro do Xingu’, lançado em 21/03/2023. O podcast conta com uma temporada e quinze episódios lançados.

Grupo de quadros: eixos de observação e resultados

Episódio	‘Puranga Ara’ – 12/09/2022
Temáticas	Jornalismo independente na região Amazônica
Fontes	Eliane Brum (jornalista) e Claudia Wanano (comunicadora)
Minutagem	21’17”
Estrutura	Entrevista
Edição	Vinheta, trilha e efeitos

Episódio	‘Rexistência’ – 28/09/2022
Temáticas	Avanço do garimpo na Terra Indígena Yanomami; candidaturas indígenas nas eleições de 2022
Fontes	Talita Bedinelli; Carla Jiménez e Catarina Barbosa (jornalistas)
Minutagem	23’43”
Estrutura	Entrevista
Edição	Vinheta, trilha, efeitos e sonoras

Episódio	‘Dabukuri’ – 06/03/2023
Temáticas	Pluriculturalidade indígena no município de São Gabriel da Cachoeira (AM)
Fontes	Elizângela Costa, Juliana Albuquerque e Adelson Ribeiro (comunicadores)
Minutagem	21’36”
Estrutura	Entrevista
Edição	Vinheta, trilha, efeitos e sonoras

Episódio	‘Belo Monte e o Futuro do Xingu’ – 21/03/2023
Temáticas	Impactos ambientais e sociais da Usina Hidrelétrica de Belo Monte e o seminário promovido pelo Ministério Público Federal em Brasília
Fontes	Helena Palmquist e Eliane Brum (jornalistas)
Minutagem	29’12”

Estrutura	Entrevista e relato
Edição	Vinheta, trilha, efeitos e sonoras

FONTE: Elaboração própria

Em relação ao primeiro eixo de observação, as temáticas dos episódios, foi possível observar que o podcast se manteve fiel ao seu pacto de conteúdo, como destacado por Falcão e Temer (2019) sobre a dinâmica contemporânea do *podcasting*. Os temas dos episódios são, essencialmente, direcionados às questões indígenas e ambientais, com foco na região Amazônica, mas também com pautas de interesse nacional, como visto no episódio ‘Rexistência’, que tratou de candidaturas indígenas nas eleições gerais de 2022 ao redor do Brasil.

As descrições dos episódios, disponíveis nos agregadores, são adaptadas de acordo com as temáticas dos programas. No episódio ‘Puranga Ara’, o primeiro analisado, a descrição é a seguinte:

Elizângela Baré recebe a jornalista Eliane Brum e a comunicadora Claudia Wanano para falar sobre jornalismo independente na Amazônia. Eliane acaba de co-fundar a Sumaúma Jornalismo do Centro do Mundo, newsletter semanal com reportagens feitas na Amazônia. Claudia é fundadora da Rede Wayuri de Comunicação Indígena, de São Gabriel da Cachoeira (AM), município onde 90% da população pertence a alguma das 23 etnias presentes da região. (RÁDIO SUMAÚMA, 2022)

Já o último episódio analisado, ‘Belo Monte e o Futuro do Xingu’, tem como seguinte descrição:

Elizângela Baré e Maickson Serrão recebem a jornalista Helena Palmquist, que passou vários dias em Altamira (PA) e região investigando, por terra e por água, os impactos da usina de Belo Monte. A hidrelétrica, imposta sem consulta prévia aos povos da floresta, expulsou 55 mil pessoas. Hoje, está secando 130 quilômetros de uma das regiões mais biodiversas da Amazônia, chamada Volta Grande do Xingu, e pondo em risco a vida de três povos indígenas, de comunidades tradicionais e de centenas de outras espécies. (RÁDIO SUMAÚMA, 2023)

Entre os episódios analisados, três possuem apenas uma temática central, que é o caso de ‘Puranga Ara’, ‘Dabukuri’ e ‘Belo Monte e o Futuro do Xingu’, enquanto apenas ‘Rexistência’ possui duas pautas distintas.

Durante os programas e nas descrições dos episódios nos agregadores, os ouvintes são convidados a acessar o *link* da rede Sumaúma para ter acesso a conteúdos adicionais. No caso de ‘Rexistência’ e ‘Belo Monte e o Futuro do Xingu’, o conteúdo dos programas está diretamente relacionado a reportagens publicadas no site, reforçando a ideia de Primo (2005) de que o podcast é um formato multimidiático, em que o público pode ouvir o programa enquanto acessa informações adicionais numa página da *web*.

No que tange às fontes, identificamos que os episódios estabeleceram um padrão em relação ao número de convidados, variando sempre entre duas ou três fontes. A maioria das fontes são jornalistas colaboradores da plataforma – convidados a relatar os bastidores e dar mais detalhes de suas produções – ou comunicadores da região Amazônica. No terceiro episódio analisado, ‘Dabukuri’, uma curiosidade: a apresentadora Elizângela Costa ganha a posição de fonte e é entrevistada por Maickson Serrão.

Outro aspecto a se destacar é que, dos quatro episódios analisados, foram identificadas nove fontes convidadas, das quais oito eram mulheres e apenas um homem. Já cinco das nove fontes são oriundas da região Norte do país, onde está localizada a produção do podcast. A jornalista Eliane Brum, uma das fundadoras da iniciativa *Sumaúma*, foi a fonte mais recorrente, aparecendo em dois episódios.

Quanto à duração dos episódios, o mais curto analisado foi o piloto, de 21’17”, e o mais longo foi o dia 21 de março, com 29’12”. Todos os episódios estudados possuem duração entre 20’ e 30’. Na estrutura, foi possível observar que, com exceção de ‘Rexistência’, que contém dois blocos, os demais programas possuem apenas um bloco, sendo o formato predominante a entrevista, de acordo com a classificação por Viana e Chagas (2021). Em ‘Belo Monte e o Futuro do Xingu’, no entanto, podemos considerar que há também um relato, quando a jornalista Eliane Brum faz uma análise do seminário promovido pelo Ministério Público Federal sobre a Usina Hidrelétrica de Belo Monte.

A edição do podcast apresenta grande variedade, se valendo de recursos como vinhetas, trilhas, efeitos e sonoras. O design de som varia de acordo com o programa, a exemplo do episódio ‘Dabukuri’, que ao invés de uma vinheta de abertura, começa com uma interpolação de sonoras das fontes e efeitos. As trilhas e efeitos sonoros também

são utilizados de maneira diversificada, como na introdução de fontes, no encerramento de entrevistas e como pano de fundo de falas, auxiliando no processo de imersão do ouvinte no conteúdo.

Já as sonoras de fontes aparecem em todos os episódios, com exceção do primeiro e são, em sua maioria, produzidas pelos jornalistas entrevistados. No entanto, no episódio ‘Belo Monte e o Futuro do Xingu’, são utilizadas sonoras de outros veículos, a modo de complementar as informações trazidas pelas fontes.

Por fim, no que diz respeito à análise do material, compreendemos que, enquanto mídia ambiental, o podcast *Rádio Sumaúma* exerce as três principais funções do jornalismo ambiental, como descritas por Bueno (2007): as funções informativa, pedagógica e política. O programa preenche a necessidade de informar os ouvintes acerca de determinados acontecimentos e seus impactos no meio ambiente e por extensão, na qualidade de vida da população, mais especificamente dos povos indígenas da região.

Já na função pedagógica, observamos que o podcast adota uma linguagem de fácil assimilação, ao se propor a introduzir os assuntos de maneira didática e levantar discussões e soluções a respeito dos problemas tratados. Além disso, a *Rádio Sumaúma*, apesar de possuir programação e conteúdo voltados, essencialmente, às questões de interesse dos povos nativos da região Amazônica, oferece uma escuta acessível para os não-indígenas.

O podcast também cumpre sua função política ao propor, explicitamente, a mobilização dos cidadãos contra o agravamento da questão ambiental. A política ambiental do governo do ex-presidente Jair Bolsonaro é mencionada, nos dois primeiros episódios analisados, como um fator agravante da crise ambiental no Brasil. Assim como, no último episódio é levantada a necessidade de vigilância e cobrança acerca do novo governo do presidente Lula e suas propostas em relação ao meio ambiente e os povos originários.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Frente aos resultados, entendemos que a *Rádio Sumaúma* reafirmou sua proposta de veículo independente ambiental em mídia sonora, abordando, desde sua criação, a evolução e desdobramento de temáticas pertinentes às políticas ambientais e a

população indígena. Apesar de apresentar poucas modificações estruturais e de conteúdo desde sua fundação, o podcast reforçou a necessidade de abordar a pauta ambiental e indígena de maneira plural e acessível, indo além de suas abordagens nos meios de comunicação tradicionais.

Além disso, pudemos compreender que, enquanto podcast, o produto integra uma gama de iniciativas independentes, fruto dos avanços do formato e das transformações nos meios de comunicação. Este fenômeno é baseado na pluralidade, temporalidade, alcance, autonomia temática, o financiamento coletivo e a multimídia proporcionada pelo *podcasting*, como observado nas discussões teóricas.

Durante a análise foi possível observar que, além da predominância das pautas socioambientais, o podcast promove uma reflexão sobre a importância da diversidade e multiculturalidade na prática jornalística, com participação majoritariamente feminina e presença de pessoas indígenas de diferentes povos da região Amazônica.

Há de se destacar também que, iniciativas independentes como a *Rádio Sumaúma*, que utilizam os meios de difusão sonora para potencializar discussões nas questões socioambientais, atuam como espelho para as redes de produção de conteúdo das demais regiões do país, em especial no Mato Grosso do Sul. O estado possui a terceira maior população indígena do Brasil de acordo com o Censo Demográfico 2022, com 116 mil indígenas autodeclarados e casos recorrentes de violência contra essa população, além de apresentar números alarmantes de desmatamento nos biomas do Pantanal, Cerrado e Mata Atlântica.

REFERÊNCIAS

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2 ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DOTSON, D. M. et al. **Media coverage of climate change in Chile**: a content analysis of conservative and liberal newspapers. *Environmental Communication*, 2012.

BUENO, W. C. Jornalismo Ambiental: explorando além do conceito. **Desenvolvimento e Meio Ambiente**, n. 15, p. 33-44, jan./jun. 2007. Editora UFPR.

INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISAS ESPACIAIS. **Estimativa de desmatamento na Amazônia Legal para 2022 é de 11.568 km²**, São José dos Campos, 2022.

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias** — Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.

CROFTS, S. et al. Podcasting: A new technology in search of viable business models. **First Monday**, v.10, n.9, 2005.

DEARMAN, P.; GALLOWAY, C. Putting Podcasting into Perspective. **Radio in the World: 2005 Melbourne Radio Conference**, Melbourne: RMIT University Press, 2005.

FALCÃO, B. M.; TEMER, A. C. R.. **O podcast como gênero jornalístico**. Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Goiânia, 2019.

PRIMO, A. F. T. **Para além da emissão sonora: as interações no podcasting**. Intexto, Porto Alegre, n. 13, p. 64–87, 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4210>. Acesso em: 6 jun. 2023.

VIANA, L.; CHAGAS, L.. Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais a partir de um panorama histórico. **Anais do XIII Encontro Nacional de História da Mídia**, Juiz de Fora, 2021.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Brasil tem 1,7 milhão de indígenas e mais da metade deles vive na Amazônia Legal**, Rio de Janeiro, 2022.