

Produtos jornalísticos de Ponta Grossa (PR) em plataformas digitais de áudio e sua relação com o Webjornalismo¹

Mariana Borba TARAS²
Universidade Estadual de Ponta Grossa

RESUMO

O artigo analisa *podcasts* jornalísticos de Ponta Grossa (PR), comparando os boletins com as publicações nos portais dos mesmos veículos. O objetivo é apontar as diferenças de pautas e formas de abordagem, além do uso da multimídia por esses veículos. O trabalho estuda cinco episódios de cada *podcast*, no caso, o “CBN Ponta Grossa” e o “DCmais”. Os programas selecionados datam de julho de 2023. Da mesma forma, cinco notícias de cada veículo e da mesma data, publicadas nos portais online, são observadas para comparação. Dentre os elementos analisados, estão as pautas, a linguagem, o formato e qual público o produto visa alcançar. Para isso, são utilizados conceitos do webjornalismo e da convergência do radiojornalismo, além da análise de dados. A pesquisa aponta que diferentes meios de comunicação são utilizados para abordar diferentes notícias e atingir diferentes públicos.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo; Podcast; Ponta Grossa; Multimídia; Convergência.

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo atual vive um cenário de convergência dos meios de comunicação para os veículos digitais, o que abrange também o processo de plataformação (NIEBORG; POELL; DEUZE, 2019). Nesse contexto, observa-se a inserção de conteúdos radiofônicos nas plataformas em formato de *podcasts*. Como citam Pinheiro e Del Bianco, essa lógica deve levar em conta aspectos como pluralidade do meio e a linguagem utilizada, além de formatos e gêneros presentes. Além disso, os produtores devem considerar os modos como os ouvintes acessam o meio radiofônico (PINHEIRO, DEL BIANCO, 2021).

Ao mesmo tempo, percebe-se o uso de recursos multimidiáticos no jornalismo como forma de agregar na história que o repórter pretende contar. O uso do som faz esse papel, acrescentando credibilidade e objetividade às matérias. (CANAVILHAS, 2003). O presente trabalho compreende a utilização dos *podcasts* por veículos jornalísticos da

¹ Trabalho apresentado no IJ01 – Jornalismo, da Intercom Júnior – XX Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 3º ano do Curso de Jornalismo da UEPG, e-mail: mariana.borbataras@gmail.com

cidade de Ponta Grossa (PR) e sua diferenciação com as matérias tradicionalmente publicadas nos sites desses canais. Dois jornais são analisados: O DCmais, versão *online* do Diário dos Campos e o CBN Ponta Grossa. O artigo procura abordar as diferenças de pautas, linguagens e formatos; além de abranger a estratégia da utilização do áudio como recurso jornalístico. O trabalho compreende o referencial teórico, que aborda estudos acerca da multimídia, webjornalismo e convergência do radiojornalismo. Além disso, a seção metodológica abrange de forma mais detalhada como a análise de dados foi feita e a análise em si engloba cinco episódios de cada *podcast* e cinco matérias de cada um dos veículos citados acima.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Para que sejam analisados os programas no formato *podcast*, em comparação com as matérias publicadas na web, faz-se necessário um estudo em torno de conceitos do webjornalismo e do radiojornalismo. Além disso, a convergência do rádio nas mídias digitais, com a criação dos podcasts e suas relações de multimídia são teorias importantes a se considerar.

2.1. WEBJORNALISMO E MULTIMIDIALIDADE

A internet, no seu início, só distribuía os conteúdos que já eram retratados no jornal impresso (CANAVILHAS, 2003). João Canavilhas já frisava a necessidade de uma linguagem própria, alegando que, sem ela, era como se o apresentador de determinado telejornal apenas lesse um jornal impresso de frente para as câmeras. Entende-se que a possibilidade do uso da multimídia da internet é importante para que o jornalista encontre uma maneira de prender a atenção do leitor e construir uma relação de proximidade com o emissor. (CANAVILHAS, 2003).

Essa relação emissor X receptor é relevante para o webjornalismo, devido às diferentes fontes de informação. Webjornais tendem a apostar em elementos que fortaleçam essa conexão (CANAVILHAS, 2003). A multimídia possui importante papel nesse processo. Esta, como define Abadal e Guallar diz respeito à “utilização conjunta de formas básicas de informação, isto é, texto, som e imagem fixa e animada, no mesmo ambiente e de forma justaposta ou integrada” (2010, p.42). Assim, a multimídia no webjornalismo refere-se a um conjunto de elementos para narrar uma informação de forma interativa.

Nesse sentido, o som se torna elemento complementar do texto. A “palavra dita” (CANAVILHAS, 2003) traz objetividade e credibilidade às informações. Elementos sonoros, por sua vez, oferecem seus próprios sentidos. As palavras, as trilhas, as vozes, a entonação e até mesmo o silêncio auxiliam na criação de ambientes e imagens. “O jornal jamais poderia causar um efeito semelhante sobre os leitores e a televisão só com recurso a meios de produção caros consegue obter igual resultado.” (CANAVILHAS, 2003, p. 68).

Para a produção de conteúdos radiofônicos, jornalistas se baseiam na linguagem escrita para torná-la dita. O rádio, por sua vez, só se torna uma linguagem própria, de modo único, quando a junção de vozes do jornalista e das fontes, além dos outros elementos citados acima, afirmam a história que está sendo contada (CANAVILHAS, 2003).

2.2. RADIOJORNALISMO E CONVERGÊNCIA

A convergência diz respeito ao comportamento dos públicos dos meios de comunicação, que está sempre em mudança, como define Jenkins (2009):

Por convergência refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p.27)

A convergência surge nos meios de comunicação como uma forma de lidar com os novos fluxos comunicacionais multiplataforma (BARBOSA; DA SILVA; NOGUEIRA, 2013, p. 141). Com a expansão da internet, o rádio também migrou para as mídias digitais, o que culminou em outros formatos inspirados nele, como os *podcasts*. Essa migração do rádio para as redes propõe maior conexão com o público, por conta das novas ferramentas tecnológicas que podem ser utilizadas. Dessa forma, é intensificada a relação emissor X receptor (ALVES, 2004).

O *podcast* surgiu no início dos anos 2000, inspirado pelo aparelho de ouvir música da Apple, o iPod. Em 1990, surgiam os arquivos de áudio em mp3, que acompanharam a disseminação da internet. O consumo musical, assim, não dependia mais de mídias físicas como CDs ou LPs. Quem queria ouvir música, poderia fazê-lo através da internet. Assim, surgiram os primeiros softwares de edição e produção de áudio. Além do âmbito musical,

iniciou-se uma produção de conteúdos amadores em áudio de forma geral, que é o caso dos *podcasts* (KOVALSKI, 2020).

O *podcasting*, no entanto, só foi se tornar um meio de massa popular durante sua “segunda era”, a partir dos anos 2010. Esta, que começou nos Estados Unidos, classifica o *podcast* como um mercado alternativo, não mais um produto complementar ao rádio. Assim, o formato foi conquistando sua popularidade, principalmente através dos seus conteúdos narrativos (BONINI, 2020).

Esse meio incorpora características do rádio, mas tem suas diferenciações exclusivas. Mesmo as webrádios possuem sua programação própria e precisam seguir a lógica das emissoras convencionais. Enquanto isso, o *podcast* tem liberdade e autonomia para distribuir seus próprios conteúdos sonoros, como uma forma de exercer um papel social (PEREIRA; MONTEIRO; 2020). Este artigo busca compreender como essas diferenciações estão presentes nos programas analisados.

Além do seu conteúdo *on demand* (isto é, o receptor pode buscar o assunto que deseja ouvir), o *podcast* passa a utilizar formatos não vistos nas rádios. Para o jornalismo, este formato se mostra um grande aliado. O meio possibilita ótimo alcance pela novidade, imediatismo e pela forma como os conteúdos são abordados: Existe uma possibilidade de diversidade de conteúdos, o que já não é mais tão presente no jornalismo atual. Essas características conquistam a preferência dos internautas. Além disso, a variedade de formatos que o jornalismo pode utilizar no *podcast* justifica seu forte uso pelos grandes veículos do país (FALCÃO; TEMER; 2019).

De acordo com dados do Inside Audio 2023, estudo realizado pelo Kantar Ibope Media, 90% dos brasileiros consomem algum tipo de áudio. A pesquisa também aponta que 50% das pessoas entrevistadas ouviram *podcast* nos últimos três meses. Isso corresponde a 23% mais do que o estudo realizado no ano anterior. Isso prova o aumento da presença dos *podcasts* na vida das pessoas a cada ano.

É possível ver a influência desses aspectos quando percebemos que, de fato, a maior parte dos grandes jornais do país possui um *podcast*. O formato une o melhor dos dois mundos: a interatividade e aproximação entre emissor e receptor, que provém da rádio; e o imediatismo e os conteúdos *on demand* das mídias digitais (KOVALSKI, 2020).

2.3. OS PODCASTS E A DEMOCRATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Existe uma discussão sobre os podcasts auxiliarem ou não na democratização da informação. O webjornalismo atual recorre a sistemas de assinaturas mensais para manter seu faturamento (FALCÃO; TEMER; 2019). Nesse cenário, muitas vezes, o podcast é o único formato gratuito proporcionado pelos grandes veículos. Além disso, este meio possibilita uma descentralização do conteúdo jornalístico dos grandes veículos. “A prática do podcasting permite que um conteúdo em áudio possa ser feito sem qualquer limitação em seu conteúdo e que seja entregue diretamente para seus ouvintes, para ser ouvido onde e quando estes quiserem” (KOVALSKI, 2020, p. 14)

No entanto, existem barreiras que impossibilitam essa democratização. Uma delas é a falta de informação: muitas pessoas ainda não sabem o que é um podcast ou como ouvi-lo (FALCÃO E TEMER, 2021). Também se percebe que os podcasts demoraram para chegar ao grande público. No início, este cenário abrangia majoritariamente quem trabalhava na própria produção dos programas. Até os dias atuais, os conteúdos dos podcasts chegam apenas a grupos com mais escolaridade e aos que têm mais facilidade em manusear tecnologias digitais (KOVALSKI, 2020).

3. METODOLOGIA

A construção do corpus de pesquisa deste artigo tem como base os métodos de análise de conteúdo e a pesquisa bibliográfica. O estudo começou com uma breve pesquisa na plataforma do *Spotify* em busca de *podcasts* jornalísticos que abordassem a região de Ponta Grossa (PR). A escolha de plataforma se dá pelo fato de que o *Spotify* é a mídia utilizada por 87,2% dos produtores de *podcasts* do Brasil, de acordo com dados da PodPesquisa 2020-2021, mais recente estudo realizado pela Associação Brasileira de Podcasters (ABPOD, 2020).

Os conteúdos analisados são os *podcasts* e matérias dos portais “DCmais” e “CBN Ponta Grossa”. Como o objetivo é comparar diferentes formatos do mesmo veículo jornalístico, o artigo analisa matérias publicadas no mesmo dia dos episódios selecionados, para entender as pautas abordadas, a estrutura e a linguagem utilizadas.

Atualmente, os *podcasts* estão sem periodicidade exata definida. Então, foram selecionados programas datados de julho de 2023, o único mês em que ambos os *podcasts* estavam em atividade. Para selecionar os cinco episódios, foi utilizado o método da “Semana Construída”, que consiste em selecionar um dia no calendário como referencial, no caso a segunda-feira, selecionando o episódio publicado neste dia. Na semana

seguinte, o programa analisado seria o da terça-feira, e assim por diante. No entanto, foi necessário selecionar episódios de uma mesma semana para conseguir montar os cinco dias, já que, no caso do DCmais, as atualizações do *podcast* não são diárias.

O artigo leva em conta o mês de julho de 2023, buscando momentos espaçados do período, para selecionar as notícias publicadas nos sites. A montagem de uma tabela foi necessária para organizar e comparar estes conteúdos. O quadro também demonstra as datas dos episódios e matérias selecionadas:

Quadro 1 - Programas e notícias selecionados

Veículo	Data	Episódio	Matéria publicada no site
DC Mais	10/07/2023 (segunda-feira)	Radar Diário dos Campos #6	Carro sai da BR-376, bate em árvore e motorista fica em estado grave
DC Mais	11/07/2023 (terça-feira)	Radar Diário dos Campos #7	Audiência vai definir futuro de santuário no Parque Vila Velha
DC Mais	19/07/2023 (quarta-feira)	Radar Diário dos Campos #12	Bombeiros combatem incêndio em loja no Centro de Ponta Grossa
DC Mais	20/07/2023 (quinta-feira)	Radar Diário dos Campos #13	Equipe de futebol de Ponta Grossa disputará torneios no Japão
DC Mais	14/07/2023 (sexta-feira)	Radar Diário dos Campos #10	Conheça o DJ Pajé, que se apresenta nesta sexta em PG
CBN Ponta Grossa	10/07/2023 (segunda-feira)	ENTREVISTA: Startups que desenvolvem soluções para educação	Mutirão de Especialidades realiza mais de 7,5 mil consultas

		cresceram 44% desde 2020	
CBN Ponta Grossa	11/07/2023 (terça-feira)	Coletânea de fotos mostra destaques culturais de Ponta Grossa	Antigo Hospital Evangélico vai ser doado à Santa Casa de Ponta Grossa
CBN Ponta Grossa	19/07/2023 (quarta-feira)	Especialista fala sobre responsabilidades em imóveis alugados	Ponta Grossa no pódio dos Jogos Escolares do Paraná
CBN Ponta Grossa	20/07/2023 (quinta-feira)	RUAS DA HISTÓRIA - THEODORO ROSAS	Fechada há mais de 15 anos, Ermida do Parque de Vila Velha é tombada como patrimônio histórico
CBN Ponta Grossa	14/07/2023 (sexta-feira)	MAURO FERNANDES - CORRIDA DE CARRINHO DE ROLIMÃ	Novo sistema on-line de emissão de alvará entra em operação na segunda-feira (17) em Ponta Grossa

Fonte: Levantamento da autora em maio de 2024

4. ANÁLISE DOS DADOS

4.1. DCmais

O *podcast* do DCmais, do Diário dos Campos, tem seus episódios nominados como “Radar Diário dos Campos”, o que determina a proposta do boletim, que tem seu bordão final como “se é notícia, nosso radar pegou”. No entanto, isso representa apenas uma fase do programa. O perfil do *Spotify* é alimentado desde 2022, mas os primeiros episódios são vídeos com as principais notícias. Em setembro do mesmo ano, o DCmais parou de publicar no *Spotify*, retornando apenas em julho de 2023 com o “Radar Diário dos Campos”, que corresponde aos programas analisados neste artigo.

Os episódios selecionados variam de três a quatro minutos e englobam em média cinco pautas que possuem relação com a região dos Campos Gerais. Como características gerais, é perceptível que os episódios são rápidos, objetivos e não se aprofundam em nenhuma pauta. Aquelas que necessitam de maior contexto, o apresentador convida os ouvintes a procurar o site. Não há entrevista em nenhum episódio, e todos eles seguem o mesmo padrão, narrado pelo mesmo apresentador. A linguagem é de fácil entendimento.

Alguns exemplos das pautas abordadas nos episódios analisados são: o recebimento de 23 milhões do fundo ICMS pela prefeitura de Tibagi, as vagas de estágio da Polícia Civil do Paraná, a atualização cadastral das famílias que moram em áreas de risco pela prefeitura de Tibagi, a prisão de um homem condenado por estupro em Palmeira e um acidente na BR-438 em Guaragi. Dessa forma, é possível identificar que o podcast pretende atingir moradores da região dos Campos Gerais que querem estar por dentro do que acontece em outras cidades também de maneira rápida e objetiva. Outra característica notória do Radar Diário dos Campos é que o programa aborda muitas ações realizadas pelas prefeituras das cidades.

No quesito interatividade, o *podcast* quase não interage com o ouvinte, exceto em momentos que o apresentador o convida para ler a matéria completa no site. Sobre a questão técnica, o programa aposta em trilhas que reforçam a intenção de rapidez e objetividade. Em todo o momento, existe uma música de fundo enquanto o narrador apresenta as notícias. Também existe um efeito sonoro que indica a mudança de pauta. O *podcast*, em nenhum momento dos episódios analisados, menciona os critérios para escolhas técnicas e de pautas. Além disso, não há divulgação do Radar Diário dos Campos nas mídias do DCmais.

Já o site do DCmais aborda separadamente as pautas, sendo a maior parte delas sobre a cidade de Ponta Grossa. Os textos são curtos, variam de dois a seis parágrafos e são notícias factuais. Alguns não possuem fonte direta, mas os que possuem citam a Polícia Rodoviária Federal, o coordenador da equipe de futebol “PG soccer” e Rafael Althaus, DJ Pajé. Dentre os recursos multimídia, todas as notícias contém uma imagem e hiperlinks que ligam para outras matérias. Apenas a notícia “Bombeiros combatem incêndio em loja no Centro de Ponta Grossa” contém um vídeo do momento do incêndio. A linguagem utilizada nas matérias também é simples, mas é possível notar que o portal se utiliza de frases mais longas do que o *podcast*.

Como elementos interativos, o site apenas possui um box que chama para o whatsapp, além de algumas indicações das redes sociais. Também, não há seção de comentários no site. Três das matérias analisadas, a notícia do incêndio citada acima, a matéria “Carro sai da BR-376, bate em árvore e motorista fica em estado grave”, e a notícia “Conheça o DJ Pajé, que se apresenta nesta sexta em PG” são indicadas como “Da Redação” no crédito de autoria. As outras duas matérias, “Audiência vai definir futuro de santuário no Parque de Vila Velha” e “Equipe de futebol de Ponta Grossa disputou torneios no Japão” creditam aos repórteres Melissa Eichelbaun e Cícero Goytacaz, respectivamente.

O portal faz uso de subtítulos em três das matérias analisadas, o que facilita na organização dos assuntos tratados em cada pauta. Entende-se que o público a ser atingido são os moradores de Ponta Grossa, que não necessariamente se interessam por outras regiões, diferentemente do *podcast*. Assim como o programa no *Spotify*, não há menção sobre a escolha das pautas durante a reportagem.

Sobre as diferenças dos conteúdos abordados nos *podcasts* em relação às matérias publicadas nos portais *on-line*, é possível perceber que a principal delas está no formato. O DCmais aborda frequentemente as mesmas pautas, mas no programa veiculado no *Spotify* tudo está de forma mais resumida. Isso é perceptível porque em quase todos os episódios analisados, o narrador convida o ouvinte para “ler a matéria completa no site”. É notório que o boletim informativo funciona como um compilado das principais notícias, mas sem aprofundamento, como se fosse uma “divulgação” do site, onde, de fato, os textos agregam mais informações. O DCmais chama um público de toda a região dos Campos Gerais,

4.2. CBN PONTA GROSSA

A característica diferencial do *podcast* CBN Ponta Grossa, é a reutilização de recortes da sua programação da rádio. O *podcast* existe desde 2020 nesse formato. Para a construção deste artigo, três tipos de episódios foram analisados: os de entrevista, que variam de 15 a 23 minutos; um boletim informativo de três minutos; e um da série “Ruas da história”, onde cada episódio conta a história da pessoa que nomina alguma rua da cidade. Esta última série é patrocinada pelo banco Sicredi e é o único estilo que não vem da programação ao vivo.

Os episódios da CBN Ponta Grossa possuem formato e proposta diferentes dos da DCmais. Com maior minutagem, conseguem se aprofundar nas pautas abordadas. Além disso, todos os episódios, com exceção do “Ruas da história”, têm entrevista com uma fonte relacionada. E, com exceção do boletim sobre a corrida de carrinhos de rolimã, todos possuem música de início. O episódio que conta a história da rua Theodoro Rosas tem estilo narrativo, o que é possível perceber pela linguagem e música utilizadas.

O programa tem pouca interação com o público, mas acontece de vez em quando, já que os episódios vêm da programação da rádio. Os episódios possuem variação de apresentador, que não se identifica. A linguagem utilizada é coloquial, padrão de rádio. A maior parte dos programas não possui menção sobre a escolha de pauta, com exceção do “Especialista fala sobre responsabilidades em imóveis alugados”, no qual o apresentador explica que surgem dúvidas sobre o assunto. Não há menções sobre escolhas técnicas.

As mídias da CBN Ponta Grossa divulgam os conteúdos da rádio, mas não mencionam com frequência o *podcast*. Entende-se que a emissora ainda foca mais nos conteúdos radiofônicos. Como o programa provém desses conteúdos, percebe-se que a plataforma do *Spotify* serve mais como repositório dessas entrevistas do que como um novo formato a ser explorado. Isso porque não há nenhum tratamento diferente das pautas quando elas migram de um meio a outro. A CBN, ainda, possui como única descrição dos episódios: “Ouça.”, sem nenhuma ficha técnica ou detalhamento que chame ouvintes, mostrando que isso provavelmente não é seu principal objetivo.

O site da CBN possui pautas mais longas e aprofundadas do que as do DCmais, mas não mais aprofundadas do que as entrevistas de seu *podcast*. Os textos são médios e variam de cinco a onze parágrafos. O único texto que tem divisão por subtítulo é o “Mutirão de Especialidades realiza mais de 7,5 mil consultas”.

Das pautas analisadas, todas são factuais e quase não há fontes diretas, com exceção da notícia sobre o mutirão de especialidades, que contém falas da prefeita Elizabeth Schmidt e da presidente da Fundação Municipal de Saúde, Juliane Dorosxi. As notícias sobre a doação do Hospital Evangélico para a Santa Casa e sobre a mudança do sistema de emissão de alvará dos imóveis, possuem fontes indiretas, sendo a Santa Casa e o Departamento de Urbanismo, respectivamente. A notícia sobre o tombamento da Ermida do Parque de Vila Velha informa que procurou a diocese de Ponta Grossa, mas esta não quis se manifestar.

Apesar de o *podcast* possuir linguagem mais coloquial, o site se mostra mais objetivo. Frases mais curtas são utilizadas, ao contrário do programa de rádio que aborda assuntos de forma mais enrolada, já que o formato mais utilizado é o da entrevista.

Três pautas são assinadas por “CBN Ponta Grossa”. A retranca delas: doação do Hospital Evangélico, tombamento da Ermida e mudança no sistema de alvará. As outras duas, sobre o Mutirão de Especialidades e sobre o primeiro lugar de estudantes de Ponta Grossa em jogos escolares, são assinadas por Ricardo Silveira. Assim como o DCmais, o portal da CBN não faz menções sobre as escolhas de pautas.

Sobre recursos multimídia, o site apenas faz uso de uma imagem por matéria. Não há interatividade direta com o leitor, mas existem ícones que levam para as redes sociais e uma parte onde se pode enviar mensagem para a CBN. Também existe uma seção de comentários no final da página. No entanto, nas notícias analisadas, nenhum leitor comentou. Outro diálogo interessante que o portal tem com os leitores é que ele fornece um tempo estimado de minutos em que cada notícia demora para ser lida. Dessa forma, quem acessa o site, já entra sabendo quanto tempo do seu dia será utilizado para a leitura completa de uma matéria. Entende-se que os leitores que a CBN pretende atingir são os moradores de Ponta Grossa, de maneira geral, já que as pautas são de interesse público. No entanto, percebe-se que a CBN, ao apenas publicar conteúdos da rádio, se configura mais como um repositório radiojornalístico do que como um *podcast*. Por outro lado, a emissora não diz em nenhum momento que seu objetivo é ser um. As diferenças de abordagens da CBN são claras. O *podcast* é utilizado majoritariamente para entrevistas. O site aborda outras pautas, que não cabem nesse formato utilizado no rádio.

Além disso, há o caso da série “Ruas das História”, que possui o formato de contação de história, fugindo da estrutura jornalística regrada que estamos acostumados ao observar nesses veículos. Nesse caso, também percebe-se que o portal viu no áudio um formato que se encaixava melhor com o objetivo da série.

5. CONCLUSÕES FINAIS

A pesquisa de análise de veículos audiojornalísticos de Ponta Grossa (PR) agregou em perceber como alguns ainda estão presos no formato de rádio. A diferença entre os meios analisados, quando falamos de *podcast*, é que o DCmais não provém de uma emissora de rádio. O oposto acontece com a CBN. No cenário de convergência, é

necessário entender que emissoras precisam de estratégias específicas para se adequarem ao formato de podcasts (PINHEIRO, DEL BIANCO, 2021, p.233).

Percebe-se, dessa forma, que diferentes formatos jornalísticos são utilizados a depender do interesse do veículo. E diferentes veículos abrangem o que é mais interessante para sua estratégia jornalística. No caso do DCmais, o veículo atinge um novo formato, com o “Radar Diário dos Campos”, já que este não atua nas rádios. De qualquer forma, ele “empresta” elementos radiojornalísticos com sua linguagem rápida e fluidez dos episódios. Percebe-se que este é um boletim feito para caber nos intervalos cotidianos dos ouvintes. O DCmais chama um público de toda a região dos Campos Gerais, enquanto para a CBN esse público ainda está nas rádios.

Para pesquisas futuras, é interessante observar o trabalho da CBN em inserir seu conteúdo radiofônico nas mídias digitais, em formato de *podcast*, e se isso de fato funciona no cenário de convergência e plataformação.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABADAL, E. & GUALLAR, J. (2010). **Prensa digital y bibliotecas**. Gijón: Trea.

ABPOD. **PodPesquisa 2020-2021** -Produtores. ABPod, 2020. Disponível em: https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultados.pdf. Acesso em: 23 jun. 2024.

ALVES, Raquel Porto Alegre dos Santos. **O RADIOJORNALISMO NAS REDES DIGITAIS**. Dissertação (Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2004.

BARBOSA, S.; SILVA, F. F. DA; NOGUEIRA, L. Análise da convergência de conteúdos em produtos jornalísticos com presença multiplataforma. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 2, n. 2, p. 241, 30 jun. 2013.

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. **Radiofonias**. Mariana, V. 11, n. 1, jan./abr. 2020. p. 13-32. Disponível em: <<https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4315>>. Acesso em: 29 de maio de 2024.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo. Considerações gerais sobre jornalismo na web. In: FIDALGO, Antônio; SERRA, Paulo. **Informação e Comunicação Online (Vol. 1): Jornalismo Online**. Covilhã: Online Livros Labcom, 2011. p. 63-72.

CBN Ponta Grossa. Disponível em: <<https://www.cbnpg.com.br/>>. Acesso em: 20 jun. 2024.

CBN PONTA GROSSA. Locução de Thailan Jaros. Ponta Grossa: Redação CBN PG, jul. 2023. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/19BiLvYBgW8alFU5s56PnF?si=0f457e0e437c46bc>. Acesso em: 17 jun. 2024.

DCmais: Notícias de Ponta Grossa e muito mais. Um portal tradicionalmente moderno! Disponível em: <<https://dcmais.com.br/>>. Acesso em: 19 jun. 2024.

FALCÃO, Bárbara Mendes; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. O podcast como tema jornalístico. In: INTERCOM 42., 2019, Belém. In: **Anais do XLII Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2019. Disponível em: <[https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf./](https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf./>)> Acesso em: 25 mai. 2024.

FALCÃO, B. M.; TEMER, A. C. R. P. **Podcasts de notícias diárias nos grandes veículos de imprensa no Brasil e sua relação com a democratização da informação**. Esferas, n. 22, p. 393-404, 24 dez. 2021.

IBOPE MEDIA, Kantar. **Inside Audio 2023**, 20 set. 2023. Disponível em: <https://kantariibopemedia.com/conteudo/estudo/inside-audio-2023/>. Acesso em: 23 jun. 2024.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. [s.l.] Editora: São Paulo: Aleph, 2009.

KOVALSKI, Douglas Cavalini. **Preparando o Café da Manhã**: as rotinas produtivas do principal podcast do jornal Folha de S. Paulo. Orientadora: Dra. Mirian Redin de Quadros, 2021. 64. Trabalho de Conclusão de Curso - Jornalismo: Bacharelado, Universidade Federal de Santa Maria, Frederico Westphalen, RS, 2021.

NIEBORG, David; POELL, Thomas; DEUZE, Mark. The Platformization of Making Media in Deuze, Mark; Prenger, Mirjam (eds). **Making Media**, Amsterdam University Press, 2019.

PEREIRA, Alexandre André Santos; MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. A convergência do rádio: o *podcast* como proposta para o jornalismo em aplicativos de *streaming*. **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**, Mato Grosso, v.7, p.117-129, 2020.

PINHEIRO, Elton Bruno; DEL BIANCO, Nélia Rodrigues. **A INTEGRAÇÃO DE EMISSORAS DE RÁDIO ALL NEWS BRASILEIRAS ÀS PLATAFORMAS DE STREAMING DE ÁUDIO**. Revista GEMInIS, v. 12, n. 3, p. 222–241, 3 mar. 2022.

RADAR DIÁRIO DOS CAMPOS. Locução de Heryvelton Martins. Ponta Grossa: DCmais, jul. 2023. Podcast. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/3EPRbkeEmbAaRpG2qQkc06?si=10def91719fe43cd>. Acesso em: 16 jun. 2024.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: João CANAVILHAS (org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: LabCom, Livros LabCom, 2014, p. 27-54.