



Serviço Público Federal
Ministério da Educação

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



UNIVERSIDADE FEDERAL DE MATO GROSSO DO SUL
FACULDADE DE ARTES, LETRAS E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

JOSÉ VICTOR MARÇAL CÂMARA

PODCASTS JORNALÍSTICOS EM MATO GROSSO
DO SUL: cartografia, conteúdos e análise sobre
territorialidade e finalidade

Campo Grande - MS
OUTUBRO/ 2025



Serviço Público Federal
Ministério da Educação

Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul



PODCASTS JORNALÍSTICOS EM MATO GROSSO DO SUL: cartografia, conteúdos e análise sobre territorialidade e finalidade

JOSÉ VICTOR MARÇAL CÂMARA

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFMS, como requisito parcial para a obtenção do título de mestre em Comunicação. Área de concentração: Mídia e Representação Social.

Orientadora: Prof. Dra Daniela Cristiane Ota.

JOSÉ VICTOR MARÇAL CÂMARA

**PODCASTS JORNALÍSTICOS EM MATO GROSSO DO SUL: cartografia,
conteúdos e análise sobre territorialidade e finalidade**

Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Mestrado em Comunicação, da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Comunicação. Área de Concentração: Mídia e Representação Social. Linha de Pesquisa: Mídia, Identidade e Regionalidade.

Campo Grande - MS, 1º de setembro.

COMISSÃO EXAMINADORA

Prof^ª. Dr^ª. Daniela Cristiane Ota
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Prof. Dr. Marcos Paulo da Silva
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Prof. Dr. Helder Samuel dos Santos Lima
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

Àqueles que me ensinaram a sonhar e realizar meus sonhos, mamãe e papai.
Amo vocês.

AGRADECIMENTOS

Quando criança, jamais imaginei que encontraria na comunicação o meu ofício. Na adolescência, pensava que seria advogado, engenheiro, qualquer outra coisa, menos jornalista. A profissão que me inspira e faz ser quem eu sou não surgiu nem como devaneio. No ensino médio a decisão veio durante os acréscimos, e acompanhada de uma longa crise existencial. Foi uma escolha, uma boa escolha. Ao ingressar na graduação, no entanto, tive uma certeza: queria ser pesquisador. Mesmo com a familiaridade e grande paixão pela prática jornalística, o desejo de fazer ciência a partir do jornalismo foi o que me instigou.

O amor pela educação nasceu em um lar simples, que tinha acesso apenas ao básico daquilo que a vida podia oferecer. Ainda assim, o incentivo para buscar o melhor por meio do estudo sempre foi pauta. Esse caminho foi traçado, desde cedo, por duas pessoas essenciais: mamãe e papai. Foram vocês que contribuíram, que me incentivaram a ir sempre além e que nunca deixaram de me empurrar para voos maiores. Sem o apoio e o amor incondicional de vocês, este momento simplesmente não seria possível. Obrigado!

Aos meus irmãos, agradeço por estarem sempre por perto, prontos para ouvir meus desabafos, oferecer apoio e dividir alegrias e angústias. O incentivo, as conversas e falas de conforto foram carinho neste processo desafiador. Meus sobrinhos foram fonte constante de afeto e a alegria necessária para que eu chegasse até aqui com leveza e consciência da minha capacidade. Cleide, Geraldo, Gessyka, Pedro, Théo e Lucca: sem vocês, este caminho teria sido muito mais difícil.

À minha orientadora, Daniela Ota, minha profunda gratidão. Nestes mais de cinco anos de caminhada conjunta, você foi mais que orientadora: foi amiga, confidente e parceira. Esteve ao meu lado com paciência, firmeza e sensibilidade, me guiando pelos melhores caminhos da pesquisa e do fazer científico. Desde os tempos da graduação até o mestrado, seu apoio foi fundamental para despertar em mim a resiliência e o compromisso com a ciência. Muito obrigado por acreditar em mim mesmo quando eu duvidava.

Conciliar a produção desta dissertação com a correria frenética da redação jornalística foi, por vezes, exaustivo. Ser jornalista e pesquisador simultaneamente me tirou o sono em muitas noites. Mas tive a sorte de contar com amigos incríveis, aqueles

do jornalismo, os que são família e os que o destino me presenteou. Vocês foram fundamentais para me lembrar da razão de tudo isso. Agradeço imensamente pelas conversas, pelos desabafos, pelos conselhos, pelos encontros e pelas pausas necessárias. Cada gesto foi essencial para me manter no caminho.

Durante essa jornada, caminhei com muitas pessoas. Pessoas que me deram as mãos, ofereceram abraços, ombros amigos, palavras de conforto, incentivo e, quando necessário, verdadeiros choques de realidade. Essa dissertação, ainda que individual, carrega muito das minhas relações, das trocas que tive e das conexões que construí.

Por fim, agradeço a Deus. Pude ver a generosidade manifestada em cada pessoa que cruzou meu caminho e me ajudou a chegar até aqui. Obrigado por nunca me deixar só, mesmo nos momentos mais desafiadores. Termino esta etapa com o coração cheio.

Obrigado a todos que, de alguma forma, caminharam comigo.

RESUMO

Esta dissertação tem como objetivo cartografar e analisar a produção de podcasts jornalísticos em Mato Grosso do Sul, à luz da convergência midiática, da globalização e da territorialidade. A pesquisa utilizou a metodologia de cartografia (Rosário, 2016) para mapear podcasts produzidos entre 2023 e 2024, veiculados no Spotify, YouTube e em veículos jornalísticos das quatro cidades mais populosas de cada mesorregião do estado. Foram catalogados 53 produtos, dos quais 27 estavam vinculados à imprensa local. Entre eles, seis episódios, todos provenientes de Campo Grande e Dourados, únicas cidades com produção jornalística em podcast, foram selecionados para análise. A Análise de Conteúdo (Bardin, 1977) possibilitou examinar dimensões narrativas, temáticas, estruturais e jornalísticas, integrando perspectivas quantitativas e qualitativas para apreender elementos explícitos e significados. Os resultados evidenciam que, enquanto algumas produções exploram o podcast como possibilidade para difusão do jornalismo, outras ainda se encontram em fase incipiente, apropriando-se do termo “podcast” para a reprodução de conteúdos pré-existent em outras mídias ou apenas como estratégia de inserção neste formato.

Palavras-chave: Podcasts Jornalísticos; Territorialidade; Mato Grosso do Sul; Cartografia.

ABSTRACT

This dissertation aims to map and analyze the production of journalistic podcasts in Mato Grosso do Sul, considering the contexts of media convergence, globalization, and territoriality. The study applied the cartography methodology (Rosário, 2016) to identify podcasts produced between 2023 and 2024 and distributed on Spotify, YouTube, and journalistic outlets from the four most populous cities in each mesoregion of the state. A total of 53 podcasts were cataloged, 27 of which were linked to local news organizations. Among these, six episodes — all from Campo Grande and Dourados, the only cities with journalistic podcast production — were selected for in-depth analysis. Content Analysis (Bardin, 1977) was employed to examine narrative, thematic, structural, and journalistic dimensions, combining quantitative and qualitative approaches to capture both explicit elements and implicit meanings. The findings reveal that while some productions explore the podcast as a medium for expanding journalism, others remain at an incipient stage, appropriating the term “podcast” either to replicate pre-existing media content or merely as a strategy for insertion into this format.

Keywords: Journalistic Podcasts; Territoriality; Mato Grosso do Sul; Cartography.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Mapeamento dos podcasts de Mato Grosso do Sul - 2023 a 2024	83
Quadro 2: Podcast 1 - BCast	87
Quadro 3: Podcast 2 - Não Sei Nada da Vida	88
Quadro 4: Podcast 3 - Na Íntegra	89
Quadro 5: Podcast 4 - Epimania	90
Quadro 6: Podcast 5 - PodRir MS	91
Quadro 7: Podcast 6 - Rádio Livre	92
Quadro 8: Podcast 7 - Na Cadeira com DJ	93
Quadro 9: Podcast 8 - Nossa Música é Assim	94
Quadro 10: Podcast 9 - O Assunto é Cinema	95
Quadro 11: Podcast 10 - Xamayca Reggae	96
Quadro 12: Podcast 11 - Sala de Jazz	97
Quadro 13: Podcast 12 - #MS Cast	98
Quadro 14: Podcast 13 - Fala Beca	99
Quadro 15: Podcast 14 - Agro Clima	100
Quadro 16: Podcast 15 - Agro Dinheiro	101
Quadro 17: Podcast 16 - Sessão de Cinema	102
Quadro 18: Podcast 17 - Podcast Correio Rural	103
Quadro 19: Podcast 18 - Visão de Negócio	104
Quadro 20: Podcast 19 - Música e Vinho	105
Quadro 21: Podcast 20 - Frequência Empreendedora	106
Quadro 22: Podcast 21 - Na Língua do PP	107
Quadro 23: Podcast 22 - Podcast Difusora Pantanal	108
Quadro 24: Podcast 23 - Saiba + Dourados	110
Quadro 25: Podcast 24 - Grande FM Rural	111
Quadro 26: Podcast 25 - Saúde & Bem-estar	112
Quadro 27: Podcast 26 - Grandes Fatos	113
Quadro 28: Podcast 27 - Grandes Esportes	114

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Mapa das mediações

68

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AM - Amplitude Modulada

BBC - *British Broadcasting Corporation*

CBN - Central Brasileira de Notícias

CNPJ - Cadastro Nacional de Pessoa Jurídica

FCL-MS - Fórum do Campo Lacaniano de Mato Grosso do Sul

FM - Frequência Modulada

Famasul - Federação da Agricultura e Pecuária de Mato Grosso do Sul

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

MS - Mato Grosso do Sul

PIB - Produto Interno Bruto

PNAD - Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua Anual

RGInt - Regiões Geográficas Intermediárias

RSS - *Rich Site Summary*

Sebrae-MS - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - Mato Grosso do Sul

SP - São Paulo

STF - Supremo Tribunal Federal

TJMS - Tribunal de Justiça de Mato Grosso do Sul

TSE - Tribunal Superior Eleitoral

UEMS - Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul

UFMS - Universidade Federal de Mato Grosso do Sul

SUMÁRIO

1 - INTRODUÇÃO.....	13
2 - TERRITÓRIO E TERRITORIALIDADE: MATO GROSSO DO SUL.....	21
2.1 O espaço de Mato Grosso do Sul.....	23
2.2 Mato Grosso do Sul do século XXI.....	27
2.3 Regionalidade e territorialidade na constituição de um lugar.....	31
2.4 Podcasts no território sul-mato-grossense.....	38
3 - PODCASTS: CONVERGÊNCIA, JORNALISMO E TERRITÓRIO.....	42
3.1 Do rádio à internet.....	42
3.2 A internet e a convergência midiática.....	44
3.3 A distribuição do som na era de convergência.....	51
3.4 Os podcasts: definição, popularidade e fases.....	55
3.5 Jornalismo e podcasts.....	62
3.6 Podcasts jornalísticos e as mediações culturais	67
4 – CARTOGRAFIA E ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS PODCASTS DE MATO GROSSO DO SUL.....	76
4.1 Metodologia aplicada.....	76
4.2 Podcasts nas mesorregiões de Mato Grosso do Sul.....	83
4.3 Análise descritiva dos podcasts da mesorregião de Campo Grande.....	107
4.3.1 Análise descritiva dos podcasts da mesorregião de Campo Grande.....	108
4.4 Análise descritiva dos podcasts da mesorregião de Dourados.....	110

Erro! Indicador não definido.115

4.5	Análises de conteúdos.....	116
116	4.5.1 Análise de conteúdo - Pod.Rir.MS com Batman Cartel, Iago Moraes e Kely Guavira.....	
118	4.5.2 Análise de conteúdo - PODCAST DIFUSORA PANTANAL #001 - Dudu Nobre.....	
120	4.5.3 Análise de conteúdo - #359 Agroclima: Temporais podem atingir o Maranhão e Piauí nesta terça.....	
	4.5.4 Análise de conteúdo - Podcast Correio Rural #33 Quem são os homens do agro do novo governo	122
124	4.5.5 Análise de conteúdo - Os Pacientes Costumam Apresentar Toques Repetitivos, Que Podem Ser Motores e Vocais.....	
	4.5.6 Análise de conteúdo - #EP1 - S+DOURADOS.....	126
	4.6 Inferências gerais das análises verticalizadas.....	129
	5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	132
	REFERÊNCIAS.....	137
	APÊNDICES	146

1 - INTRODUÇÃO

A compreensão do território e de suas construções, físicas e simbólicas, é fundamental para desvendar expectativas, peculiaridades, distribuição demográfica e interesses de uma região. No contexto contemporâneo, o fluxo de dados e informações digitais emergem como elementos capazes de ocupar e moldar o espaço, exercendo influência crescente sobre a territorialidade, uma vez que a informação constitui vetor essencial do processo social e para a compreensão da geografia digital da comunicação.

É nesse panorama que se insere o presente estudo, cujo objetivo principal é a cartografia dos podcasts jornalísticos produzidos em Mato Grosso do Sul, com o intuito de identificar, mapear e compreender como essas produções se distribuem e o que revelam sobre o estado. Busca-se, ainda, compreender as finalidades jornalísticas atribuídas às produções neste formato.

Mato Grosso do Sul, em 2025, apresenta características bastante distintas daquelas observadas em sua criação, em 1977, quando foi oficialmente desmembrado do estado de Mato Grosso. Historicamente, a ocupação da região oeste do Brasil ocorreu de forma lenta e estratégica, impulsionada pela presença militar voltada à garantia da soberania da Coroa portuguesa, em virtude da riqueza mineral e da posição estratégica de cidades como Corumbá. Queiroz (2006) explica que o antigo Mato Grosso uno era percebido como um espaço distante e pouco povoado, com economia de desenvolvimento lento, sustentada majoritariamente pela agropecuária e, em menor escala, pela extração da erva-mate.

A formação do que hoje se configura como Mato Grosso do Sul antecede sua oficialização e resulta de um processo histórico complexo, marcado por reivindicações de autonomia, disputas políticas e construções identitárias. A construção da ferrovia Noroeste do Brasil representou um marco estruturante ao estabelecer conexão física e simbólica entre o sul do antigo estado e o interior de São Paulo, acentuando diferenças regionais e fortalecendo o sentimento separatista. A identidade sul-mato-grossense consolidou-se como reação à identidade “mato-grossense” centrada em Cuiabá, impulsionada pelo desenvolvimento econômico mais dinâmico no sul do estado (Queiroz, 2006).

Além das transformações geográficas e territoriais, a sociedade contemporânea é marcada por remodelações tecnológicas que reconfiguraram as práticas comunicacionais preexistentes. Muitas dessas alterações são sutis, mas impactam profundamente os modos de produção, circulação e consumo da informação. Nesse contexto, os podcasts se apresentam como ferramenta relevante na disseminação de conteúdos jornalísticos, sendo utilizados para veiculação de informações desde sua origem.

Relatórios internacionais, como o do Instituto Reuters em parceria com a Universidade de Oxford (2019), apontam para a ascensão dos podcasts como meio de acesso à informação, sobretudo entre jovens com menos de 35 anos, que os consomem majoritariamente via smartphones, com preferência por conteúdos informativos e políticos.

O crescimento do consumo de podcasts no Brasil é consistente. Segundo o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope), quatro em cada dez internautas brasileiros já ouviram algum programa do gênero em 2019. A pesquisa indica ainda que metade desses ouvintes consome podcasts mensalmente, evidenciando o fortalecimento do formato no cenário midiático nacional.

A partir de 2012, o Instituto Reuters, em colaboração com a Universidade de Oxford, passou a publicar anualmente um relatório sobre o consumo global de notícias digitais. Na edição de 2019, a pesquisa abrangeu mais de 75 mil consumidores em 38 países, incluindo o Brasil. Um dos principais destaques foi a ascensão dos podcasts como meio de acesso à informação. Observou-se que a maioria dos ouvintes era composta por indivíduos com menos de 35 anos, que acessam os conteúdos majoritariamente por meio de smartphones. Podcasts com temáticas que envolvem notícias ou política foram preferidos por 15% dos entrevistados. Embora representassem apenas 6% do total disponível na plataforma Apple Podcasts, esses tipos de programas apresentaram crescimento acima da média, correspondendo a 21% dos episódios mais populares nos Estados Unidos.

Na última edição do levantamento da Reuters, divulgada em 2025, dados referentes ao Brasil indicam que apenas 10% dos entrevistados afirmam acessar notícias em formato impresso, uma redução significativa em comparação aos 50% registrados em 2013. O percentual é semelhante ao de consumo de podcasts (10%) e de interação com chatbots de IA (9%).

Diante desse cenário de digitalização, veículos tradicionais como Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo têm buscado se adaptar por meio da diversificação de formatos, investindo na produção de uma ampla variedade de podcasts, com diferentes níveis de alcance e sucesso. Mais recentemente, essas empresas passaram a apostar também em videocasts, com periodicidade quinzenal e, em alguns casos, diária, segundo o levantamento da agência de notícias. Além disso, a pesquisa da Reuters divulgou um levantamento da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod) que estimou em aproximadamente 32 milhões o número de ouvintes de podcasts no país, sendo que 42% do conteúdo produzido atualmente é em formato de vídeo.

A consolidação dos podcasts pode ser compreendida a partir do processo de convergência midiática e das transformações tecnológicas impulsionadas pela internet. No Brasil, embora o acesso à rede tenha começado na década de 1980, sua difusão ocorreu de forma desigual, condicionada por fatores sociais, econômicos e culturais. Nesse período inicial, a conexão estava restrita a polos de pesquisa e a famílias de maior poder aquisitivo. Gradualmente, a conectividade se expandiu, acompanhando tanto a popularização e redução do custo dos dispositivos quanto o barateamento do próprio acesso à internet.

Nesse contexto, a transposição do rádio para o ambiente digital resultou na emergência do podcast como novo formato, inicialmente, sonoro, possibilitando novas formas de produção, transmissão e recepção de conteúdo. Lopez (2010) insere os podcasts no campo do rádio hipermidiático e os compreende como fruto da convergência tecnológica:

Esta tecnologia que afeta a produção, transmissão e consumo de conteúdo radiofônico leva os jornalistas a uma nova condição: repensar e rediscutir o radiojornalismo, seus fazeres e sua linguagem. São processos que não podem ser considerados de maneira isolada, e que prescindem desta relação por se afetarem mutuamente. É tempo de pensar o radiojornalismo para além de sua concepção tradicional, considerando as especificidades de suporte que criam uma nova estrutura narrativa para o rádio. (Lopez, 2010, p. 36)

Esse processo de reformulação não é isolado. A convergência midiática, conforme Jenkins (2009), transformou a lógica de todos os meios: o *YouTube* para os conteúdos visuais, os sites de notícia para os impressos, o *Spotify* para o áudio e as produções multimídia para a integração desses formatos. O rádio, portanto, também

se insere nesse movimento, sendo ressignificado por meio da linguagem dos podcasts.

Os dados da pesquisa Statista Advertising & Media Outlook (2022) reforçam essa tendência. Os números do levantamento indicam que o Brasil ocupa a terceira posição entre os países que mais consomem podcasts, atrás apenas da Suécia e da Irlanda. Mais de 30 milhões de brasileiros ouviram ao menos um episódio em 2022. Ainda que o ambiente digital esteja consolidado, o campo permanece aberto a investigações conceituais e mercadológicas, sobretudo no que se refere às formas de apropriação e produção local.

Em 2022, cerca de 40% dos brasileiros já haviam ouvido ao menos um episódio, segundo a Statista Advertising & Media Outlook. As tendências de consumo apontam para um "TOP 5" composto por podcasts de entrevistas, narrativas, mesa redonda, reportagens e resumos/notícias do dia, revelando forte presença de vestígios jornalísticos.

Entre as plataformas mais utilizadas, o Spotify lidera com 25% dos ouvintes, seguido pelo Apple Podcasts, 20%, e Google Podcasts, 16%. A maior parte do público brasileiro, 52%, concentra-se na faixa etária de 16 a 34 anos, 24% são 16-24 anos, já 28% são de 25 a 34 anos. O Sudeste detém a maior fatia do mercado regional, com 46% do público total, seguido pelo Nordeste (26%), Norte/Centro-Oeste (15%) e Sul (13%). Um levantamento do IBOPE em 2019 indicou que quatro em cada dez pessoas com acesso à internet já ouviram algum podcast. Os dados da Statista e IBOPE (2022) mostram que 57% dos entrevistados começaram a escutar podcasts durante a pandemia de COVID-19, enquanto 43% já ouviram antes.

A digitalização trouxe ainda outra característica marcante: a instantaneidade. O celular tornou-se parte integrante da vida cotidiana da população. Nesse contexto de constante conectividade, os meios de comunicação passaram a operar em uma nova lógica de produção e circulação de conteúdo, moldada pela interatividade e fragmentação do consumo.

A definição de jornalismo é central para este estudo, que adota os critérios de periodicidade, universalidade, atualidade e publicidade propostos por Otto Groth (2011), além da perspectiva de Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004), segundo a qual a busca pela veracidade constitui a primeira responsabilidade do jornalista. Assim, o

jornalismo, ao incorporar o podcast como suporte, demonstra capacidade de adaptação às transformações tecnológicas, preservando suas funções essenciais.

A partir da pesquisa, podemos identificar que um podcast jornalístico é compreendido como uma produção em áudio ou audiovisual de periodicidade definida, elaborada com base em práticas jornalísticas, caracterizada por acessibilidade global e possibilidade de armazenamento digital. Esse tipo de conteúdo exige a atuação de um profissional qualificado, responsável pela checagem de informações, apuração junto a fontes, construção narrativa e edição. Para Gandour (2016), o jornalismo não se define por um formato específico, mas por um método aplicado em todas as etapas da produção da informação.

A internet promoveu uma reconfiguração significativa da comunicação, estabelecendo um ambiente de convergência em que produção e consumo de conteúdo se descentralizam. O jornalismo digital, nesse cenário, é compreendido como adaptação da prática jornalística aos suportes digitais (Palácios; Machado, 1997), apresentando-se como discurso multimodal que integra texto, som e imagem. Os podcasts, nesse ambiente, oferecem liberdade de consumo sob demanda, democratizam a produção de conteúdo e ampliam o alcance de vozes. Além disso, viabilizam narrativas mais longas, aprofundadas e centradas na complexidade dos fatos, como explica Ferraretto (2007). Essa expansão é sustentada pelo ciberespaço, que elimina fronteiras geográficas e cria plataformas de circulação que conectam intimamente produtores e ouvintes.

Embora sejam produtos de ampla circulação, os podcasts demonstram potencial para amplificar temas locais e contribuir para a valorização das identidades regionais. As obras de Milton Santos (2000) são fundamentais para compreender essa dinâmica. O autor destaca que, embora a globalização tenda à padronização de conteúdos, ela também exige a valorização dos modos locais de produção da informação. Os meios de comunicação locais desempenham papel central na construção das territorialidades ao evidenciar as especificidades culturais e sociais do espaço.

Nesse sentido, os podcasts permitem uma conexão mais profunda com o território ao abordar temas locais de maneira singular, representar experiências comunitárias e expandir o alcance dessas narrativas para além dos limites geográficos imediatos. O cenário de constante conectividade é onde se encontram os meios de

comunicação, que passaram a operar em uma nova lógica de produção e circulação de conteúdo, moldada pela interatividade e pela fragmentação do consumo.

Esta dissertação é dividida em três capítulos. O primeiro foca no levantamento conceitual sobre espaço, território, regionalidade e na história de Mato Grosso do Sul. O processo de emancipação estadual, anterior a 1977, foi marcado por reivindicações de autonomia e disputas políticas, impulsionando a construção de uma identidade "sul-mato-grossense" em oposição à identidade "mato-grossense" centrada em Cuiabá (Queiroz, 2006). As contribuições de Milton Santos foram essenciais para compreender o território como "território usado", moldado por sistemas de objetos e ações, onde técnica e interação humana criam espaço e identidades. A tecnosfera e a psicosfera contribuem para a construção do espaço simbólico, no qual a informação se torna vetor crucial dos processos sociais. Fani (2007) complementa esse debate com o conceito de "lugar", destacando a vivência íntima e as contra-racionalidades locais.

O segundo capítulo apresenta a ascensão dos podcasts no jornalismo e sua relação com a história da comunicação sonora, de onde emergiu. Para ampliar a contribuição, são explorados os conceitos específicos de podcast e jornalismo. Nesta pesquisa, é possível entender que o jornalismo atua como uma ponte entre eventos e a sociedade, hierarquizando fatos e construindo uma consciência social, embora também funcione como prática de mercado em um ambiente instável. Na era digital, os podcasts emergem como ferramenta transformadora para a disseminação de conteúdo. A teoria de Martín-Barbero (2004) é mobilizada para enfatizar as mediações e a tecnicidade como elementos que redefinem os modos de perceber e interagir com a informação, posicionando os podcasts como plataformas de debate público e expressão. Este capítulo também traz, de maneira breve, a trajetória da comunicação sonora, do rádio tradicional (com marcos como o transistor e a criação de rádios "*all news*", como a Central Brasileira de Notícias (CBN) até a convergência midiática propiciada pela internet.

O terceiro e último capítulo apresenta a metodologia adotada e os resultados da cartografia - que nesta pesquisa é adotada como um sinônimo de mapeamento, dos podcasts jornalísticos produzidos em Mato Grosso do Sul. A pesquisa utilizou uma abordagem metodológica mista, integrando procedimentos quantitativos e qualitativos, com base na Análise de Conteúdo de Bardin (1977), permitindo examinar

tanto o conteúdo manifesto quanto os significados implícitos das mensagens. Caracterizada como descritiva, a pesquisa levantou debates teóricos e examinou um cenário, até então, pouco debatido nos estudos acadêmicos em Mato Grosso do Sul.

O corpus foi constituído por podcasts publicados em 2023 e 2024 nas plataformas *Spotify*, *YouTube* e portais de veículos de imprensa tradicionais do estado. O recorte geográfico considerou as quatro cidades mais populosas de cada mesorregião: Campo Grande (Centro-Norte), Dourados (Sudoeste), Três Lagoas (Leste) e Corumbá (Pantaneais). Do total inicial de 53 podcasts mapeados, 27 produções jornalísticas ativas, localizadas em Campo Grande e Dourados, compuseram o corpus final, garantindo um estudo representativo da produção regional. Como a premissa da pesquisa é analisar podcasts jornalísticos vinculados a veículos de comunicação, foi necessário desconsiderar os produtos identificados nas cidades de Corumbá e Três Lagoas, por não atenderem a esse critério.

A análise seguiu duas fases complementares. A primeira possibilitou familiarização com o universo dos podcasts sul-mato-grossenses, identificação de padrões e formulação de hipóteses iniciais. A segunda fase, descritiva, envolveu a sistematização dos dados por meio de fichas detalhadas, registrando informações como nome, formato, periodicidade, local de produção, temática, número de episódios e outros elementos relevantes. Para representar diferentes suportes midiáticos, foram selecionados episódios exemplares: em Campo Grande, PodRir (site Midiamax), Podcast Difusora Pantanal (rádio Difusora Pantanal), Podcast Correio Rural (jornal Correio do Estado) e Podcast Agro Clima (Canal do Boi); em Dourados, Saiba + Dourados (site Notícias de Dourados) e Saúde e Bem-Estar (rádio Grande FM 92,1).

A análise de conteúdo adotou a abordagem mista de Bardin (1977), combinando quantificação de elementos, categorização de formatos e temas (análise quantitativa) com interpretação de sentidos implícitos, uso de fontes jornalísticas, estilo de linguagem e construção narrativa (análise qualitativa). Essa integração possibilitou compreender não apenas a presença de práticas jornalísticas nos podcasts ou a falta dela, mas também o papel na circulação de informações, na territorialidade do jornalismo e na utilização da mídia em diferentes veículos de imprensa no estado.

2 - TERRITÓRIO E TERRITORIALIDADE: MATO GROSSO DO SUL

Compreender as expectativas, peculiaridades, distribuição demográfica, interesses e a geografia de uma região é essencial para entender as construções, físicas e simbólicas, que ali se estabelecem. Ainda que não seja tangível, o som também ocupa espaço e exerce influência sobre a territorialidade. Este estudo tem como objetivo principal a cartografia dos podcasts jornalísticos produzidos em Mato Grosso do Sul, buscando identificar, mapear e compreender como essas produções se distribuem e o que revelam sobre o estado. O fluxo de dados e informações digitais também ocupam e moldam o espaço, exercendo uma influência cada vez mais determinante na territorialidade contemporânea. Isso porque a informação é vetor fundamental do processo social.

Para tanto, é necessário, antes, traçar um panorama que ajude a responder: que território é este? Quais caminhos históricos, sociais e simbólicos moldaram o Mato Grosso do Sul como é conhecido hoje? O estado de Mato Grosso do Sul, em 2025, apresenta características muito diferentes daquelas vistas no momento de sua criação, em 1977, quando foi oficialmente desmembrado do Mato Grosso por meio da Lei Complementar nº 31, de 11 de outubro daquele ano. A história da ocupação do território brasileiro começou pelo litoral, no leste do país. Já a região oeste, onde hoje se localiza o estado, foi ocupada de forma mais lenta e estratégica, impulsionada pela presença militar que visava garantir a soberania da Coroa portuguesa.

Rica em ouro, a área despertou o interesse da administração colonial, que centralizou o poder político-administrativo em Cuiabá. Corumbá também ganhou destaque, por sua posição geográfica privilegiada às margens do rio Paraguai, tornando-se um ponto estratégico importante para controle e acesso ao interior. Naquele contexto, a construção de fortes militares buscava garantir o domínio sobre a terra e assegurar a exploração dos recursos minerais.

De acordo com Ferreira (2019), o antigo Mato Grosso uno era percebido como um espaço distante e pouco povoado. A comunicação entre as regiões dependia dos fortes militares e, muitas vezes, da bacia do rio da Prata, dada a dificuldade de acesso pelo interior do Brasil. O historiador destaca que “a ocupação no Oeste brasileiro, até o século XIX, deu-se por saltos: ocupou-se as zonas de ouro e limítrofes, permitindo

que o oeste paulista e o centro-leste do sul de Mato Grosso ficassem praticamente despovoados por não indígenas” (Ferreira, 2019, p. 49).

Entre 1890 e 1920, a população do território cresceu de forma expressiva. De cerca de 10 mil para quase 240 mil habitantes, segundo dados do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEAdata), organizados por Ferreira (2019). O crescimento demográfico veio acompanhado da formação de novos núcleos urbanos. Souza (2018) aponta que esse processo foi impulsionado principalmente pelo surgimento de vias de comunicação e pelas atividades econômicas desenvolvidas em suas proximidades.

Do incremento das vias de comunicação e como decorrência das atividades produtivas desenvolvidas em suas proximidades. Os municípios se formaram em locais com instalações militares, como fortificações ou colônias. O traçado da estrada de ferro e a ocupação econômica, em concentrações populacionais causadas pela exploração da pecuária ou da erva-mate, apontam o surgimento dos demais municípios. (Souza, 2018, p. 29)

Ferreira (2019) ainda explica que a ocupação da região que hoje forma o Mato Grosso do Sul se deu por meio de processos migratórios vindos de diversas partes: do sul do Brasil, do Paraguai, da Bolívia, de São Paulo e da então capital do Mato Grosso uno, Cuiabá. A economia da região, no entanto, desenvolveu-se de maneira lenta, sustentada principalmente pela agropecuária, com destaque para a criação extensiva de gado, e, em menor escala, por indústrias derivadas e pela extração da erva-mate:

A economia e a infraestrutura se desenvolveram lentamente, pois eram pouco diversificadas, uma vez que tinham sua base na agropecuária, de forma especial na criação extensiva de gado e algumas indústrias de seus derivados e na erva-mate. (Ferreira, 2019, p. 55–56)

Diante dessa breve contextualização sobre a formação histórico-social do território sul-mato-grossense, é possível avançar para a discussão sobre a emancipação do estado. Revisitar esse processo não apenas esclarece os aspectos geopolíticos e administrativos da separação, como também ajuda a compreender o espaço simbólico de Mato Grosso do Sul e as múltiplas camadas de identidade que se formaram a partir dessa divisão.

2.1 - O espaço de Mato Grosso do Sul

A formação do que hoje se vê nos mapas como Mato Grosso do Sul é anterior à sua oficialização em 1977. Muito antes da promulgação da Lei Complementar nº 31, que criou o estado, já existia um longo percurso histórico marcado por reivindicações, disputas políticas, tensões regionais e construções identitárias. O caminho até a autonomia político-administrativa foi construído gradualmente, envolvendo diferentes interesses e movimentos ao longo dos anos.

Queiroz (2006) destaca que o processo divisionista não seguiu uma linha contínua e pacífica. Pelo contrário, foi permeado por conflitos, articulações e adaptações aos acordos possíveis em cada momento histórico. A separação entre o norte e o sul do então Mato Grosso é resultado de um jogo complexo de forças políticas, econômicas e sociais.

Segundo Queiroz (2004), um dos marcos estruturantes desse processo foi a construção da ferrovia Noroeste do Brasil, que ampliou o debate sobre a separação ao estabelecer uma ligação física e simbólica entre o sul do antigo estado e o interior de São Paulo. A conexão ferroviária foi fundamental para aproximar a região sul-mato-grossense de áreas mais desenvolvidas economicamente, sobretudo no que diz respeito à infraestrutura.

A ferrovia ligava a cidade de Bauru (SP) até Porto Esperança, às margens do rio Paraguai, nas proximidades de Corumbá. Construída entre 1905 e 1914, essa linha férrea desempenhou papel decisivo na integração da região com o centro-sul do Brasil. Além disso, já em 1906, o trecho “sul-mato-grossense” contava com uma linha ativa, o que intensificou a comunicação e facilitou a circulação de pessoas e mercadorias.

Esses avanços logísticos não apenas encurtaram distâncias físicas, mas também acentuaram as diferenças entre o norte e o sul do então Mato Grosso, tornando mais evidentes as disparidades regionais e fortalecendo o sentimento separatista. Assim, a ferrovia não foi apenas um meio de transporte, mas também um vetor de mudança política e identitária, segundo o pesquisador.

Queiroz (2006) contextualiza as origens do divisionismo do estado. Desde o fim do século XIX, reivindicações de autonomia em relação às oligarquias do norte, aqui ligadas à Cuiabá, se manifestaram na região sul (ligadas à Corumbá). O historiador

explica que todo o processo foi feito para atender interesses de coronéis, característicos da elite da região. De acordo com o especialista, o movimento não tinha como interesse tomar o poder central. Entretanto, ter autonomia e extinguir a dependência ao norte por completo.

À época, as elites de Cuiabá tinham como intuito a construção de uma “identidade mato-grossense”, a fim de mostrarem o mando da região aos coronéis que cresciam em quantidade ao sul do estado. A partir do levantamento de dados, Queiroz (2006) apresenta que esta identidade era centrada em Cuiabá, como uma espécie de “cidade mãe”. Mesmo com o esforço de manter uma imagem simbólica de capital, o desenvolvimento na região sul do estado proporcionou outros horizontes. O especialista apresenta uma estruturação diferente na região, que começou a se desenvolver economicamente de forma mais acelerada que o “Norte” e o “Centro” a partir do final do século XIX, especialmente com a liberação da navegação pelo rio Paraguai e, crucialmente, a chegada da ferrovia Noroeste do Brasil.

A mudança da capital do Estado, de Cuiabá para Corumbá e Campo Grande, era, para muitos cuiabanos, uma ameaça real: chamada de burgo podre, Cuiabá era vista como decadente e atrasada no caminho do progresso e da civilização, não só por visitantes de outros estados mas inclusive por alguns cuiabanos e por muitos mato-grossenses do sul do estado” (Galetti, 2000. p. 310 apud Queiroz, 2006).

Posto este primeiro momento, um outro marco histórico se faz essencial na contextualização do estado. Foi no ano de 1932, que líderes da região sul do estado se radicalizaram. Em manifestos, intelectuais faziam questão de separar as elites do norte e do sul. Conforme Queiroz (2006), os documentos sulistas caracterizavam o norte como economicamente atrasado e decadente, com uma pecuária desorganizada e uma Cuiabá decaída. Ridicularizavam as imagens cuiabanas de história, tradições e riquezas como algo vazio e sem substância prática. A questão econômica também foi posta em discussão.

O pesquisador comenta, a partir de documentos coletados, que o argumento sulista era de que o sul contribuía com muito mais de dois terços das rendas públicas, enquanto o centro e o norte consumiam quase toda a receita, com 65% só na Capital. O historiador apresenta uma frase característica da época: “Uma capital é uma espécie de cérebro do Estado. A nossa é o estômago” (Queiroz, 2006, p. 172).

A divisão do estado, que resultou na criação de Mato Grosso do Sul, ocorreu em 1977, desagradando aqueles que estavam no sul e os do norte. Segundo Bittar (1999), a decisão foi imposta pelo regime militar, motivada por razões geopolíticas e políticas imediatas. Do ponto de vista estratégico, tinha como objetivo a manutenção da segurança nacional, por meio da intensificação da ocupação de regiões fronteiriças, de acordo Queiroz (2006).

O processo de divisão do estado de Mato Grosso pode ser interpretado como uma expressão da produção do espaço geográfico, como apresenta o geógrafo Milton Santos (2006). Diante do contexto histórico e da análise de construção de território a partir dos conceitos do geógrafo Santos (2006), é possível observar que sistemas de objetos e sistemas de ações foram remodelados, disputados e apropriados pelas elites regionais. Essa dinâmica revelou contrastes entre o sul e o norte do antigo estado.

Santos (2006) contribui para o contexto ao introduzir o conceito de idade de um lugar. Como na teoria do geógrafo, o antigo Mato Grosso “uno” tinha em seu território subsistemas técnicos diferentes. No mesmo território, a região tinha a técnica, proporcionada pela ferrovia e pela ligação de comunicação via rádio, uma possibilidade de reconfiguração da própria idade do espaço. As configurações territoriais entre sul e norte eram diferentes. A tecnicidade reforçava as desigualdades espaciais e legitimava os discursos separatistas.

Santos (2006) também destaca que a relação entre a técnica e a humanidade é capaz de criar espaços. O conceito ajuda a compreender como o acesso a meios de infraestrutura do Sul resultou na incorporação de novas técnicas, moldando um “meio técnico” voltado para a eficiência. Essa transformação não apenas evidenciava um avanço material, mas também refletia um ideal de espaço racional.

É por demais sabido que a principal forma de relação entre o homem e a natureza, ou melhor, entre o homem e o meio, é dada pela técnica. As técnicas são um conjunto de meios instrumentais e sociais, com os quais o homem realiza sua vida, produz e, ao mesmo tempo, cria espaço. (Santos, 2006, p. 16)

A construção das identidades “mato-grossense” e “sul-mato-grossense” pode ser vista como uma “cisão da totalidade” (Santos, 2006, p. 77), onde diferentes partes do estado buscavam se redefinir e se legitimar. Nestes espaços, Queiroz (2006)

explica que a identidade mato-grossense foi elaborada pelas elites cuiabanas para "forjar, fortalecer e disseminar um sentimento de pertencimento ao grupo e garantir-lhes a primazia do mando" (Queiroz, 2006, p.152). A identidade sul-mato-grossense, por sua vez, surge como uma espécie de reação a essa identidade oficial. A partir do contexto histórico exposto por Queiroz e os conceitos de Santos, é possível entender que as narrativas postas pelas elites do norte e do sul foram capazes de criar crenças distintas sobre aqueles determinados espaços.

Ainda trazendo contrastes diante das pesquisas de Santos (2006) e Queiroz (2006), fica evidente que a busca pela identidade sul-mato-grossense é um exemplo de uma particularidade para tentar se reafirmar diante de uma relação universal - neste caso o antigo estado de Mato Grosso. A negação à identidade cuiabana e a ênfase ao discurso de que a região sul era oriunda de povos de outros estados, fez com que os sulistas se distanciassem daqueles que dividiram o mesmo território até mesmo pela semântica.

Queiroz (2006) explica que após a criação, o discurso preponderante sobre a divisão do estado foi o de que a situação era historicamente inevitável. Entretanto, o que se tornou algo fadado a acontecer foi diferente do processo que realmente aconteceu. Segundo Santos (2006), os eventos que ocorrem em um determinado espaço não são predeterminados, eles são um processo, que envolve "interação humana que pode forjar novas relações, criando a surpresa e impondo a novidade" (Santos, 2006, p.151). A decisão do regime militar, embora vertical, não era uma inevitabilidade histórica no sentido orgânico, mas sim uma imposição política que reconfigurou o território para seus próprios fins.

O espaço é, hoje, o teatro do encontro de dois sistemismos: o sistemismo dos objetos impele ao sistemismo das ações e o condiciona. Os objetos técnicos são susceptíveis de influenciar comportamentos e, desse modo, presidem a uma certa tipologia de relações, a começar pelas relações com o capital e o trabalho. Frequentemente, a superposição desses dois sistemismos é geradora de uma seletividade de uso e é criadora de escassez, que são interpretações locais da distância, dos custos e dos preços, das normas gerais, da acessibilidade, mediante os quais sempre se estão redefinindo as especializações e a totalização. O fato de o sistemismo dos objetos condicionar o sistemismo das ações não significa que entre eles haja uma relação automática. Existem mediações e, entre elas, a lei, as normas, os costumes, a religião, as representações herdadas ou ensinadas. Mas a interação humana pode forjar novas relações, criando a surpresa e impondo a novidade (Santos, 2006, p. 151 - 152)

A teoria de Santos (2006) permite analisar a história do divisionismo de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul como parte de um processo mais amplo da produção do espaço geográfico.

2.2 - Mato Grosso do Sul do século XXI

Para compreender o estado em 2025, é possível analisá-lo a partir de dados demográficos, características territoriais, dinâmicas urbanas e rurais, destaques econômicos e indicadores sociais, conforme divulgado pelo Governo de Mato Grosso do Sul no documento “Perfil Estatístico de Mato Grosso do Sul 2025” e por dados públicos do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

A compreensão do cenário demográfico de Mato Grosso do Sul é fundamental para a formulação de políticas públicas, direcionamento de investimentos e também desta pesquisa. Conforme o Censo Demográfico de 2022, a população totalizava 2.757.013 pessoas, posicionando o estado na 21ª colocação entre as unidades federativas. A estimativa para 2024 projeta um crescimento, com 2.901.895 habitantes. Em 2022, a densidade demográfica era de 7,72 habitantes por quilômetro quadrado.

A composição demográfica por gênero, em 2022, indicava leve predominância feminina: 50,8% da população era composta por mulheres, e 49,2%, por homens. Em relação à autodeclaração de cor ou raça, os dados revelam maioria Parda (46,9%), seguida por Branca (42,4%). As populações Preta (6,5%), Indígena (3,5%) e Amarela (0,7%) completam o perfil.

A dinâmica de ocupação dos domicílios, conforme a PNAD Contínua Anual¹ de 2023, revela que 49% eram próprios e quitados, 10% próprios em processo de quitação, 27% alugados e 13% cedidos. Quanto ao tipo de moradia, a casa representava 95,5% dos domicílios, contrastando com 4,3% de apartamentos. Em 2023, os domicílios com dois (28,2%) e três (25,1%) moradores eram mais frequentes,

¹ A PNAD Contínua, realizada trimestralmente pelo IBGE, é uma pesquisa pública que reúne dados sobre mercado de trabalho, educação, renda e outros indicadores socioeconômicos do Brasil.

seguidos por aqueles com quatro (18,2%) e um (19,1%) morador. Os dados dão um panorama de como o território e o lugar são ocupados em Mato Grosso do Sul.

Segundo o Perfil Estatístico de Mato Grosso do Sul 2025, uma parcela significativa dos domicílios no estado, equivalente a 95,4%, declarou utilizar a internet. Apenas 4,6% dos domicílios permanecem sem acesso à rede. Entre os principais motivos para a não utilização da internet, destacam-se a falta de necessidade, apontada por 48,9% dos entrevistados, e o desconhecimento sobre como utilizar a tecnologia, mencionado por 29,1% daqueles que responderam a pesquisa quantitativa.

Já sobre a infraestrutura básica é possível inferir uma análise mais ampla. A partir dos números, ficam claras as desigualdades entre áreas urbanas e rurais, segundo os dados acessados pela pesquisa. Em 2023, 89,5% dos domicílios eram atendidos por rede geral de água, com cobertura de 97,3% nas zonas urbanas. Nas zonas rurais, apenas 15,2% tinham acesso à rede, enquanto 74,4% utilizavam poços profundos ou artesianos. No esgotamento sanitário, 89,8% dos domicílios urbanos tinham banheiro ou sanitário, sendo 42% conectados à rede geral ou pluvial e 58% com fossa séptica não ligada à rede. Nas áreas rurais, 75,3% usavam fossa séptica não ligada à rede e apenas 8,5% estavam conectados.

Os dados são reflexos das construções sociais existentes. Conforme o IBGE, o estado possui um Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM) de 0,742. O número é referente a 2021, último ano disponibilizado pelo instituto. No ranking nacional, Mato Grosso do Sul aparece em 9º lugar. Já entre as unidades federativas da região Centro-Oeste, o estado fica atrás apenas do Distrito Federal. Com base nos indicativos internacionais, a taxa de IDHM do estado é considerada alta.

Mato Grosso do Sul é o sexto maior estado brasileiro em área territorial, com 357.145,534 km², equivalente a 4,19% da área nacional e 22,23% da região Centro-Oeste. Dados do IBGE (2024) apontam área de 357.142,010 km². O estado faz divisa com Goiás, Minas Gerais, Mato Grosso, Paraná e São Paulo, além de estar em região de fronteira com a Bolívia e o Paraguai. A Faixa de Fronteira se estende por até 550 quilômetros por terra, abrangendo 45 municípios na região fronteira.

Os dados mais recentes também dão conta de olhar para o passado diante de uma economia focada na agropecuária, está que o estado teve e tem. Desde o século XIX, sua economia baseou-se na pecuária, extração vegetal e mineral e

agricultura. O território abriga três biomas: Cerrado (62,24%), Pantanal (27,28%) e Mata Atlântica (10,48%), cada um com características ecológicas e distintos graus de conservação.

A organização regional do estado é estruturada a partir das Regiões Geográficas Intermediárias e Imediatas (IBGE, 2017/2022), formadas em torno de polos urbanos. Campo Grande é o centro urbano de maior hierarquia. Outras regiões incluem Dourados, Naviraí, Mundo Novo, Ponta Porã, Corumbá e Três Lagoas. A economia estadual é diversificada, com destaque para o agronegócio, e crescimento nos setores industrial, comercial e de serviços. O PIB estadual em 2022 foi de R\$166,4 bilhões, representando 1,7% do PIB nacional, e ocupando a 15ª posição entre os estados. O PIB per capita foi de R\$60.364,69, o 6º maior do país. O setor de serviços liderava em número de empregos formais, com 51,1% do total em 2023.

No agronegócio, a produção agrícola de 2023 foi liderada pela soja, seguida por milho e cana-de-açúcar (R\$6,3 bilhões). A pecuária também é expressiva: em 2024, o rebanho bovino somava 18,4 milhões de cabeças, o avícola 130,7 milhões, e o suíno 1,6 milhão. A indústria de transformação apresentou crescimento, com 7.907 unidades em 2023, frente a 5.666 em 2019. As exportações aumentaram 39,6% entre 2019 e 2023, somando R\$6,5 bilhões em 2024. O setor de serviços gerou receitas significativas, destacando-se o segmento de transportes e correios, com R\$14,4 bilhões.

Os indicadores sociais refletem o nível de desenvolvimento humano no estado. Em educação, o Censo Demográfico de 2022 indicava taxa de alfabetização de 94,6%. Em 2023, 434 mil pessoas tinham concluído o ensino superior, frente a 327 mil em 2019. Mesmo sendo um dos estados mais jovens do Brasil, os índices indicam boa qualidade de vida entre os moradores do estado.

A organização territorial de Mato Grosso do Sul expressa a diversidade geográfica e, em certa medida, socioeconômica. As Regiões Geográficas Intermediárias (RGIInt) estruturam-se em torno de polos urbanos com funções administrativas, comerciais e de serviços. São eles:

- A Região Intermediária de Campo Grande concentra o principal polo administrativo. Abrange RGIs como Coxim, Paranaíba (Chapadão do Sul e Cassilândia) e Três Lagoas;

- A Região Intermediária de Dourados, com RGIs como Amambai, Naviraí, Mundo Novo, Nova Andradina e Ponta Porã;
- A Região Intermediária de Corumbá é composta pelas RGIs de Aquidauana, Anastácio e Jardim.

Já o IBGE divide Mato Grosso do Sul a partir de quatro mesorregiões geográficas. Estes espaços são definidos como agrupamentos de municípios a partir de três definições: o processo social como determinante; o quadro natural como condicionante; e a rede de comunicação e de lugares como elemento da articulação espacial. No estado, as quatro mesorregiões são:

- Centro-Norte, que tem como eixo a capital, Campo Grande;
- Pantanaís sul-mato-grossense, que tem Corumbá como estruturante;
- Leste, região de grande impacto a partir das divisas com outros estados, tendo Três Lagoas como eixo;
- Sudoeste, que tem a fronteira do Brasil com o Paraguai como referência geográfica da região. Nesta localidade, Dourados é a principal cidade no nível hierárquico disposto pelo IBGE.

Para o mapeamento, esta pesquisa adotou a divisão mesorregional proposta pelo IBGE, o que possibilitou observar as produções de podcasts nas cidades mais populosas das quatro regiões delimitadas. Essa escolha visou assegurar o rigor metodológico e garantir a profundidade e a representatividade necessárias na etapa de identificação dos produtos, resultando em uma análise mais ampla e diversa do território sul-mato-grossense.

2.3 - Regionalidade e territorialidade na constituição de um lugar

Para compreender as características da regionalidade de Mato Grosso do Sul, é necessário ir além da história de sua criação e formação. A identidade da região foi moldada por diversos fatores, entre eles a forte presença do agronegócio, a proximidade com o meio ambiente e a ligação com outros povos, tanto imigrantes quanto migrantes. As pesquisas do geógrafo Milton Santos contribuem

significativamente para aprofundar a compreensão sobre território e regionalidade, temas centrais para a presente dissertação.

Santos (2006) parte do princípio de que a geografia é um conceito complexo, que permite esforços interpretativos voltados para dentro, buscando identificar a natureza de um espaço. A partir dessa reflexão, a pesquisa pode definir categorias adequadas e de caráter discricionário para analisar o território em questão: Mato Grosso do Sul. Para o autor, o espaço geográfico é um ambiente híbrido, composto por elementos sociais e físicos que se inter-relacionam.

Pode-se dizer que a terra vermelha é um dos símbolos que fazem parte da identidade de Mato Grosso do Sul. No entanto, a delimitação dessa cor como mero elemento natural deve ser repensada à luz dos critérios de identidade propostos por Santos (2006), que define o conceito como “o sentimento de pertencer àquilo que nos pertence” (Santos, 2000, p. 47). Já o território, segundo o geógrafo, é o fundamento da vida, do trabalho e das trocas. A compreensão dos conceitos de identidade e território é, portanto, indispensável para a leitura da realidade local.

Santos (2000) explica que o conceito de território não se limita à sua materialidade física. O sentido conceitual do termo está intimamente relacionado ao uso que a sociedade faz daquele espaço. Essa perspectiva permite ampliar a compreensão das dinâmicas socioespaciais da região. Aquilo que caracterizava o sul de Mato Grosso, antes mesmo do processo divisionista, representava o que dava significado ao cotidiano e à cultura da população daquele território. Conforme Queiroz (2006), algumas características marcantes podem ser observadas a partir dessa percepção histórica: o afastamento em relação ao norte do estado, a ligação econômica e cultural com São Paulo, um sentimento de superioridade regional e a forte relação com o agronegócio. A dialética entre o “território usado” (Santos, 2000, p. 47) e a sociedade local é essencial para compreender essas transformações.

Quando se fala em território, deve-se, pois, de logo, entender que se está falando em território usado, utilizado por uma dada população. Um faz o outro, à maneira da célebre frase de Churchill: primeiro fazemos nossas casas, depois elas nos fazem. A ideia de tribo, povo, nação e, depois, de Estado nacional decorre dessa relação tornada profunda. (Santos, 2000, p. 47).

Conforme Santos (2000), o território é formado por elementos fixos, naturais e artificiais. Estes tópicos resultam da ação humana e do trabalho social. Os elementos

são as estradas, plantações, fábricas, cidades e casas. A materialidade do território se dá, portanto, a partir desses grandes objetos, que só ganham sentido na interação com a sociedade.

Com base nas singularidades de Mato Grosso do Sul e nos conceitos de territorialidade e identidade discutidos por Santos (2000), é possível afirmar que o estado é, ao mesmo tempo, aquilo que foi e aquilo que está em constante transformação. O geógrafo é categórico ao afirmar que a regionalidade extrapola os limites locais diante da globalização, que torna as fronteiras mais porosas ao capital financeiro e à informação. Para o pesquisador, a territorialidade é a relação que se estabelece entre os grupos e o espaço geográfico que eles ocupam.

No entanto, essa “humanidade desterritorializada” (Santos, 2008, p. 21), proposta pelo discurso globalizado, não passa de um mito. Mato Grosso do Sul mantém características enraizadas em sua história colonizadora e extrativista, em sua relação com o campo, nas múltiplas formas de povoamento e nas conexões com outras regiões do Brasil. Além disso, o estado possui símbolos próprios que reforçam sua identidade: tereré, danças típicas, alimentos regionais e outros elementos que compõem a cultura local.

Segundo o autor, o conceito de região está relacionado à ideia de que o local constitui um subespaço do território, constantemente redefinido sob a influência dos processos de globalização. Neste cenário, se faz necessário incluir o conceito de geografia digital, no qual os meios de comunicação transcendem as fronteiras territoriais e operam a partir da internet. No entanto, é no espaço local que a região se manifesta. A região, portanto, não é uma entidade fixa, mas uma construção dinâmica que resulta das interações entre o global e o local. Santos (2006) afirma que as regiões se constituem historicamente por meio de processos orgânicos. Em vez de representarem apenas recortes espaciais, são definidas por uma coerência que as distingue.

Mas o que faz a região não é a longevidade do edifício, mas a coerência funcional, que a distingue das outras entidades, vizinhas ou não. O fato de ter vida curta não muda a definição do recorte territorial. As condições atuais fazem com que as regiões se transformem continuamente, legando, portanto, uma menor duração ao edifício regional. Mas isso não suprime a região, apenas ela muda de conteúdo. (Santos, 2006, p. 165).

Aqueles elementos que formaram as características do território estão postos à ampliação do entendimento e até mesmo do acesso, diante do conceito de globalização. O pesquisador comenta que a partir deste prisma há uma aceleração do movimento e mudanças mais repetidas. Para Santos (2000), a globalização não anula a região, mas a regionalização se torna um processo de diferenciação em escala mundial.

Com isso, novas dinâmicas regionais passam a existir. As regiões passam a se transformar continuamente. No livro “Por uma outra globalização”, Santos (2000) comenta que essa dinâmica gera uma “diversidade regional de novo tipo, em que se agravam as disparidades territoriais” (Santos, 2000, p. 46).

Ainda como referencial teórico do estudo diante da globalização, Santos (2000) aprofunda a discussão sobre a noção de que uma região está intrinsecamente ligada à divisão do trabalho e aos conflitos sociais. Contudo, a cidade, como centro regional, pode se tornar o lugar da produção ativa de um discurso político. O espaço geográfico, para Milton Santos, não é apenas uma superfície material, mas um misto, um híbrido, de objetos e ações. É nesse entrelaçamento que o espaço simbólico se manifesta e é construído.

O espaço existe como forma e conteúdo, que são inseparáveis e se moldam entre si. Segundo Santos (2006), a significação dos objetos não é independente, mas sim dada pelo uso combinado e interligado no processo social.

Esses objetos e essas ações são reunidos numa lógica que é, ao mesmo tempo, a lógica da história passada (sua datação, sua realidade material, sua causa original) e a lógica da atualidade (seu funcionamento e sua significação presentes). Trata-se de reconhecer o valor social dos objetos, mediante um enfoque geográfico. A significação geográfica e o valor geográfico dos objetos vêm do papel que, pelo fato de estarem em continuidade, formando uma extensão contínua, e sistematicamente interligados, eles desempenham no processo social (Santos, 2006, p. 49).

A distinção entre paisagem e espaço é fundamental para compreender as dimensões simbólicas do território. Segundo Milton Santos (2006), ambos os conceitos não são sinônimos. A paisagem corresponde ao conjunto de formas visíveis que, em determinado momento, expressam as marcas deixadas pelas relações entre sociedade e natureza. Ela funciona como uma memória cristalizada, marcada por objetos e elementos técnicos fixados no tempo. O espaço, por sua vez, vai além,

incorpora essas formas, mas também a vida que as anima. É nesse movimento que o território se converte em um dado social. Para Santos, o espaço geográfico é sempre uma situação singular. Assim, compreende-se que o espaço não é apenas cenário físico, é também o resultado de relações sociais que dão sentido.

Nesse processo, a ideologia exerce papel central na produção, difusão e manutenção da globalização contemporânea. Conforme Santos (2006), a globalização se manifesta de maneira difusa no cotidiano, incorporando-se aos objetos e apresentando-se como se fosse uma realidade autônoma. Isso produz uma sobreposição entre fato e ideologia na percepção social. O espaço, portanto, torna-se simbólico, pois é construído e mediado por discursos. Segundo o pesquisador, grande parte das ações humanas é antecedida por formas discursivas que moldam a interpretação do mundo e orientam práticas sociais. A partir do entendimento da teoria, fica evidente que os objetos transcendem a dimensão física ou funcional, assumindo significados que legitimam presença social e cultural. São esses processos simbólicos que estruturam as formas de apropriação do espaço e de interação entre os indivíduos.

Santos (2006) também propõe os conceitos de tecnosfera e psicosfera como componentes do espaço. A tecnosfera é formada pelo conjunto de meios técnicos orientados pelos interesses da produção globalizada. Ao se instalar em determinado território, integra-se ao lugar e transforma sua dinâmica. Em paralelo, a psicosfera refere-se ao universo das ideias, crenças, afetos e significados, constituindo o plano em que se produz o sentido, elemento intrínseco à relação entre realidade e imaginário coletivo.

Da interação entre tecnosfera e psicosfera resulta o que Santos (2006) denomina espaço simbólico, no qual a informação se converte em principal vetor dos processos sociais. Nesse espaço, o valor das coisas não se limita à sua materialidade, mas ao sentido que lhes é atribuído. Esse significado, contudo, não é estático: varia conforme os movimentos da sociedade e as ações humanas, em um processo sempre dinâmico e reconfigurável.

Essa construção simbólica conecta-se diretamente à noção de socialidade. Quanto maior a proximidade física entre indivíduos em um mesmo território, mais intensas são as trocas sociais, culturais e simbólicas. Essa convivência gera laços, identidades e pertencimento, criando um campo de interações que constitui a base

para a construção de sentidos compartilhados sobre o espaço. É desse processo que emergem as trocas simbólicas.

Para Santos (2006), o espaço geográfico é o testemunho atual da ação, resultado da articulação entre processos materiais e processos de significação. A materialidade dos objetos que o compõem está intrinsecamente ligada aos significados sociais que lhes são atribuídos. A densidade simbólica, resultante desse entrelaçamento, reflete também densidades técnicas, informacionais e comunicacionais, revelando o espaço como totalidade em permanente transformação.

Diante da discussão sobre territorialidade e espaço globalizado, é preciso ampliar o debate sobre a relação entre território e informação. Para Milton Santos (2006), a informação é um dos pilares centrais para compreender o espaço geográfico contemporâneo. O autor propõe o conceito de meio técnico-científico-informacional, no qual essa tríade, composta por técnica, ciência e informação, estrutura a produção e o uso do espaço.

Considerando que esta é uma pesquisa no campo da comunicação, discutir o papel da informação no território é fundamental. A informação não está presente apenas nos objetos técnicos distribuídos pelo espaço; ela é também condição indispensável para as ações que nele se realizam. Assim, sendo um vetor essencial dos processos sociais contemporâneos. O pesquisador explica que as redes são um produto das técnicas contemporâneas e possuem tanto um aspecto material (infraestrutura, pontos, linhas) quanto um aspecto social (pessoas, mensagens, valores).

Santos (2006) afirma que a informacionalização do espaço, visível tanto nos objetos quanto nas práticas sociais que os envolvem, impõe uma nova racionalidade ao território. Esse novo modo de organizar o espaço se transforma em um campo de ação instrumental, no qual a eficácia das atividades humanas depende diretamente do acesso à informação e da forma como ela é utilizada. A informação, portanto, deixa de ser apenas um dado técnico e passa a constituir um elemento importante e que estrutura as dinâmicas territoriais e das relações sociais.

Em todos os casos, a informação joga um papel parecido àquele que, no passado remoto, era reservado à energia. Antigamente, o que reunia as diferentes porções de um território, era a energia, em estado bruto, oriunda dos próprios processos naturais. Ao longo da história, é a informação que vai ganhando essa função, para ser hoje o verdadeiro

instrumento de união entre as diversas partes de um território (Santos, 2006, p.109).

Outro conceito importante para ampliar a compreensão sobre os territórios, territorialidade e a formação simbólica de uma região é o de lugar. Para a pesquisadora Ana Fani Carlos (2007), este espaço é um ponto de transformações do mundo, que se manifestam de forma concreta. São estes eventos que marcam o cotidiano e fixam signos naquele determinado espaço, transformando em algo para além do simbólico.

Tanto para Carlos (2007) como para Santos (2006), o mundo deve ser entendido a partir de uma perspectiva globalizada. As percepções sobre um lugar se expressam no local. O lugar é como se fosse uma base da reprodução da vida humana, sendo o espaço onde a identidade do sujeito se constrói em constante diálogo com o ambiente que habita. Suas formas e usos revelam as múltiplas dimensões do mundo moderno. Para a autora, o lugar é uma porção do espaço apropriada pelo corpo e pelos sentidos, o que o distingue de outras unidades mais amplas. Ela traça, assim, uma distinção entre o lugar e espaços como ruas, bairros ou praças, que, embora também contenham vínculos sociais, são definidos por relações cotidianas, laços de vizinhança e experiências compartilhadas. Nesse contexto, o lugar se associa diretamente à vivência concreta, à afetividade e à memória.

Apesar de ambos os conceitos tratarem da relação entre espaço e sociedade, há divergência. Para Santos (2006), o território é entendido a partir da racionalidade técnica e da lógica da produtividade. O autor evidencia como as infraestruturas, os meios de produção e as tecnologias estruturam o espaço e orientam as ações humanas. Já Carlos (2007) privilegia o conceito de lugar, centrado na experiência cotidiana das pessoas, nas práticas locais e nas percepções subjetivas. Nesse sentido, o lugar evidencia formas de resistência e saberes próprios que desafiam a padronização e a homogeneização promovidas pelos processos de globalização.

Cada vez mais o espaço se constitui numa articulação entre o local e o mundial, visto que, hoje, o processo de reprodução das relações sociais dá-se fora das fronteiras do lugar específico até há pouco vigentes. Novas atividades criam-se no seio de profundas transformações do processo produtivo, novos comportamentos se constroem sob novos valores a partir da constituição do cotidiano (Carlos, 2007, p. 13)

O conceito de região, na obra de Carlos (2007), aparece muitas vezes de forma implícita. Diferentemente da centralidade atribuída ao “território”, como nas obras de Santos, a região é compreendida como um espaço dinâmico, marcado pela disputa por recursos, investimentos e posições estratégicas dentro da lógica do capital, segundo Carlos (2007). Essa perspectiva permite compreender a região não como uma unidade fixa, mas como um campo em constante reconfiguração, onde os agentes econômicos e políticos disputam hegemonia sobre o uso e o controle do espaço.

A obra de Carlos (2007) oferece importantes contribuições para o entendimento de conceitos fundamentais nas pesquisas em geografias da comunicação. Ao analisar a região como um território em disputa, moldado pelas exigências do capital e atravessado por políticas públicas e interesses estatais, a autora evidencia a complexidade das dinâmicas espaciais contemporâneas. A articulação entre os níveis local, regional e nacional, destacada por Carlos (2007), mostra como diferentes escalas se interconectam, formando um sistema em que as contradições da globalização se expressam de maneira concreta.

Portanto, para Carlos (2007), a região é o espaço onde se evidenciam as desigualdades aprofundadas pelo avanço do capital e pela ação seletiva do Estado. Essa seletividade se expressa na priorização de determinados territórios em detrimento de outros, conforme interesses econômicos e estratégicos. Assim, a análise da região permite identificar os mecanismos pelos quais o espaço é reorganizado para atender às demandas do capital, ao mesmo tempo em que revela os limites e possíveis resistências.

Diferentemente do conceito de lugar, que remete ao vivido, ao cotidiano e à experiência sensorial, a região é apresentada como um espaço estratégico, onde se delineiam projetos de reorganização produtiva, como a criação de tecnopolos, a formação de macrometrópoles e a redefinição de redes logísticas. Trata-se de uma escala analítica fundamental para compreender as reconfigurações econômicas e sociais em curso. A discussão de Carlos (2007) evidencia como o espaço é continuamente reorganizado conforme os interesses globais, com efeitos concretos e desiguais nas escalas locais e regionais. Essa reorganização não é neutra, ela redefine as funções dos territórios, altera fluxos e redes, e impõe novas lógicas de produção e circulação da informação.

Esses conceitos auxiliam esta pesquisa a compreender a organização de Mato Grosso do Sul enquanto território. A partir das percepções de Ana Fani Carlos (2007) e Milton Santos (200; 2006), a análise adquire maior clareza. A produção do lugar está indissociavelmente ligada à produção da vida humana. No contexto globalizado, compreender a territorialidade e o espaço que o lugar ocupa permite uma análise mais precisa do processo de mundialização. Os lugares são espaços de fixação, mas também de transformação, pois absorvem e reinterpretam as dinâmicas globais a partir de suas especificidades.

Segundo Carlos (2007), o Estado assume um novo papel no mundo globalizado, atuando na produção de um espaço regulador e ordenador. Esse papel é exercido também por meio de políticas públicas regionais e locais. Para a pesquisadora, embora o processo de globalização unifique o espaço mundial, ele também aprofunda as contradições e a desigualdade espacial, o que se reflete na diferenciação entre regiões. Essa diferenciação não é apenas econômica, mas também simbólica e comunicacional, afetando a forma como os territórios são representados, percebidos e integrados às redes de informação.

2.4 - Podcasts no território sul-mato-grossense

Ainda não sendo uma unanimidade na área da Comunicação, grande parte dos estudos sobre podcasts tem focado em causas e efeitos em níveis mais amplos e em grandes regiões. Contudo, para compreender a proliferação dos podcasts em Mato Grosso do Sul, esta pesquisa propõe discussões sobre territorialidade, espaço e território. Veículos de imprensa de diversos portes e produtores de conteúdo independentes têm utilizado o formato para disseminar informação nos últimos anos.

Na convergência entre as geografias e a comunicação, Milton Santos (2000) é uma referência em pesquisas sobre territorialidade e espaços. No cenário globalizado, onde o tempo-espaço é redefinido, ele argumenta que a globalização alterou as características conhecidas, reduzindo distâncias por meio da tecnologia e dos veículos de comunicação, o que ele chama de "compressão do espaço-tempo".

Essa mudança alterou profundamente a forma como as informações são produzidas e consumidas globalmente; no caso dos podcasts, é evidente que alguém em Mato Grosso do Sul pode consumir um podcast feito em qualquer lugar do mundo,

encurtando afinidades com temas distintos que antes seriam exclusivos de uma determinada região. Santos (2000) descreve um mundo confuso, apesar do progresso das ciências e técnicas, onde a aceleração contemporânea cria vertigens.

Santos (2000) critica a globalização por promover a homogeneização de conteúdos culturais e midiáticos, o que representa uma ameaça à diversidade local e ao valor das identidades regionais. Ele enfatiza a importância de fortalecer a resistência da memória e a valorização dos modos de fazer locais e regionais, opondo-se às tentativas de padronização impostas por veículos globais de comunicação.

O espaço, para Santos (2006, p. 34), impõe-se pelas condições que oferece para a produção, circulação, residência, comunicação, política, crenças e lazer, sendo avaliado objetiva e subjetivamente. Santos (2000) considera a ampliação do conceito conectado de mundo "perverso" ao pontuar que a globalização também promoveu o compartilhamento de unidades técnicas, convergência de momentos, conhecimento global e a existência de um motor único na história.

Nesse mundo interligado, a comunicação em escala global permitiu que o "saber" se tornasse instantâneo, independentemente da localização (Santos, 2000). Contudo, as informações sobre os acontecimentos sofrem a interferência dos interesses daqueles que detêm o poder de escolher o que será veiculado, o que, de certa forma, suprime a noção de interação, como o geógrafo apresenta.

Através de sua contribuição, compreende-se que os meios de comunicação locais desempenham um papel fundamental na construção de identidades territoriais, promovendo a valorização do espaço e das particularidades culturais. O jornalismo local está intrinsecamente ligado ao espaço e, através dele, as relações sociais e os acontecimentos locais são vivenciados.

Santos (2000) destaca também o papel da mídia em compreender a sociedade heterogênea para superar o senso comum de um único ponto de vista neutro sobre os assuntos, abrindo os olhos para as minúcias dos fenômenos políticos, econômicos e sociais que devem reger a comunicação para cumprir sua função primordial. Embora os fenômenos físicos possam ser universais, a globalização alterou as relações e permitiu que outros fatores, como a comunicação, fossem conhecidos e compartilhados globalmente, possibilitando o acesso a informações sobre diversos sistemas políticos, culturais, de percepção e de sociedade em qualquer localidade, e não mais apenas na região onde os fatos ocorrem.

As contribuições de Santos sobre territorialidade permitem compreender que os podcasts possibilitam uma conexão mais profunda com o território, explorando temas locais de maneira única e pessoal, e representando as vozes e experiências das comunidades, com o espaço expandido além do consumo local.

A ascensão do formato descentraliza a produção e distribuição de conteúdo, tradicionalmente monopolizadas por grandes veículos, e a democratização dos meios permite que qualquer pessoa crie e dissemine conteúdo, abrindo espaço para narrativas muitas vezes negligenciadas pela mídia convencional. Assim, os podcasts proporcionam que comunidades locais tenham visibilidade, descentralizando o poder midiático e promovendo maior diversidade de informações, uma das grandes vantagens do formato.

Apesar de seu caráter global, os podcasts possuem um inegável potencial para ampliar temas locais para o restante do mundo, não servindo apenas para a comunidade local, mas para qualquer interessado. Ao discutir temas do cotidiano de uma comunidade ou região, os produtores de podcasts podem contribuir com um repertório que representa as vivências e desafios da população, tornando a identidade regional mais nítida e relevante, à medida que essas histórias são contadas e compartilhadas, permitindo aos ouvintes conectar-se com suas raízes e compreender o contexto em que vivem.

Os podcasts atuam nesse terreno local, mas são profusos. As práticas jornalísticas são aplicadas diretamente às produções, em um contexto onde o espaço físico não limita mais a criação e divulgação de conteúdos. Portanto, compreender as particularidades de cada território é um critério básico de conhecimento e investigação da aplicabilidade das discussões acadêmicas, como exemplificado pela produção de podcasts em Mato Grosso do Sul, em paralelo a grandes centros.

3 - PODCASTS: CONVERGÊNCIA, JORNALISMO E TERRITÓRIO

3.1 - Do rádio à internet

Para compreender a trajetória que permitiu o desenvolvimento para os podcasts, é essencial retomar a história da comunicação sonora. No final do século XIX, um marco inevitável, foi a criação do rádio. Prado (2012) remonta a história da primeira transmissão de voz por ondas de rádio no Brasil. Segundo a autora, o evento ocorreu em 16 de julho de 1899, um evento marcante para a radiocomunicação, associado ao padre brasileiro Roberto Landell de Moura. Já em 1922, durante o centenário da Independência, os brasileiros ouviram a primeira transmissão de rádio. Entretanto:

As transmissões de 7 de setembro de 1922 não eram nem oficiais, nem pioneiras, embora, pela instalação de alto-falantes nos pavilhões da exposição e em função da distribuição de receptores a figuras de destaque na sociedade, possa se dizer que tenha sido a mais pública até aquele momento, referendando-se o afirmado em outra oportunidade (FERRARETTO, 2007, p. 93-94)

A dúvida do pioneirismo da primeira transmissão de rádio sem fio no Brasil foi superada a partir de diversas discussões entre pesquisadores da comunicação, história e até mesmo da área de tecnologia. Segundo Ferraretto (2007), este momento histórico no território brasileiro se dá a Pernambuco, quando o Rádio Clube de Pernambuco se tornou agente fundamental na consolidação da radiodifusão sonora. O pesquisador e historiador explica que a criação do clube formalizou um movimento iniciado em meados da década de 1910, responsável por converter as experiências de transmissão por ondas eletromagnéticas ponto a ponto, sobretudo a radiotelegrafia, em comunicações de ponto a massa, representando a passagem da radiotelefonia ao rádio como meio de comunicação social.

Porém, ainda não superado, há controvérsia sobre o reconhecimento do pioneirismo de quem criou o rádio. Embora o brasileiro Landell de Moura tenha sido pioneiro nas experiências de transmissão e recepção de ondas sonoras sem fio no fim do século XIX, a patente de suas descobertas só foi registrada a partir de 1900. O cientista italiano Guglielmo Marconi publicou suas observações sobre telegrafia sem

fio em 1895, obtendo o registro de patente na Inglaterra no ano seguinte (Fornari, 1984, p. 44), o que o colocou à frente de Moura na prioridade oficial científica. Os trabalhos desses estudiosos foram cruciais para o desenvolvimento de inovações subsequentes em fenômenos sonoros, especialmente na disseminação da comunicação falada.

Na década de 1950, o Brasil testemunhou a revolução do transistor, invenção dos Laboratórios Bell Telephone por William Shockley, John Bardeen e Walter Brattain em dezembro de 1947. O termo "transistor", abreviação de "resistor de transferência", redefiniu a produção de rádios, conferindo-lhes modernidade e mobilidade ao eliminar a dependência de tomadas e fios. Essa inovação impulsionou o uso do rádio, que se tornou portátil e acompanhava os usuários, alterando seu público-alvo para um ouvinte móvel. A introdução dos transistores também trouxe uma nova linguagem ao rádio, dando origem ao jornalismo radiofônico moderno, focado na agilidade da informação.

Uma inovação tecnológica importante marcou a história do rádio na década de 50: a chegada do transistor, que livrou o aparelho de fios e tomadas, proporcionando a criação de uma nova linguagem, apropriada para um veículo com alta mobilidade, que acompanha o ouvinte onde quer que ele esteja. Assim, a partir do transistor, o público pressuposto do rádio passou a ser um ouvinte móvel, o que não acontecia anteriormente quando as famílias se reuniam na sala ao redor de um garboso aparelho. Essa nova linguagem deu origem ao jornalismo radiofônico moderno, com foco na agilidade da informação. Isso significa que hoje a notícia no rádio envelhece rapidamente, já que é grande a ânsia pela informação cada vez mais nova. (Prata, 2007, p. 04).

No final do século XX, na década de 1990, as emissoras de rádio intensificaram suas operações em rede, adaptando-se a um público mais segmentado e destacando temas como trânsito e pautas comunitárias. Nesse contexto, surgiram grandes conglomerados, como a CBN, fundada para seguir o modelo "*all news*" discutido na década de 1980. A CBN se posicionou como uma emissora jornalística inovadora, dedicada exclusivamente à informação, com o slogan "a rádio que só toca notícia".

Prado (2012) observa que, embora já existissem rádios jornalísticas, a prática se limitava a pequenas inserções de notícias em programações diversificadas. A chegada da CBN redefiniu o jornalismo radiofônico no Brasil, colocando as notícias como eixo principal da programação e revolucionando o consumo de informação.

Ferraretto (2014, p. 947) identifica quatro fases temporais na história do rádio, que refletem suas transformações sociais, econômicas e tecnológicas:

1. **Implementação:** Período inicial em que a sociedade burguesa e outras classes dominantes utilizam o rádio para divulgar uma cultura amparada em seus valores, servindo como meio de legitimação cultural e controle ideológico.
2. **Difusão:** De 1930 a 1960, com a formalização da publicidade radiofônica, o rádio assumiu um caráter hegemonicamente comercial, consolidando-se como um importante veículo de comunicação de massa.
3. **Segmentação:** De meados da década de 1950 ao início do século XXI, o rádio se adaptou às novas demandas do público, diversificando a programação e direcionando conteúdos a audiências específicas, impulsionado pelo surgimento de novos interesses e avanços tecnológicos que permitiam maior personalização.
4. **Convergência:** Iniciada em meados da década de 1990 e vigente até os dias atuais, essa fase é marcada pela integração do rádio com as novas tecnologias digitais, expandindo sua atuação para múltiplas plataformas como aplicativos, *streaming* e redes sociais, o que permitiu maior interatividade e alcance global. Essas fases demonstram a evolução do rádio, sua adaptação às mudanças sociais e tecnológicas e sua relevância contínua como meio de comunicação dinâmico e versátil.

3.2 - A internet e a convergência midiática

O início dos anos 2000 marcou um salto temporal importante com o advento da internet, que representou modificações drásticas nas formas de produção e consumo da comunicação.

A internet não apenas criou uma conexão simples e rápida entre os indivíduos, mas também ampliou as redes de contato global, promovendo uma verdadeira convergência de conteúdos em diferentes formatos. Este fenômeno tem sido fundamental para a reconfiguração das dinâmicas de comunicação, onde as produções e o consumo de informações são simultaneamente descentralizados e globalizados (Castells, 2000, p. 448).

Martín-Barbero (2004) oferece suporte teórico para compreender a dinâmica dos podcasts em conexão com a internet, utilizando o conceito de tecnicidade como mediador da interação entre mensagem e receptor e reconfiguração das mediações nos campos político, comunicacional e cultural.

A discussão sobre os podcasts, enquanto produtos inseridos no ciberespaço, exige a compreensão do contexto mais amplo do jornalismo digital. Para situar essa análise, recorre-se à contribuição de Palácios e Machado (1997), cujas pesquisas oferecem um referencial importante sobre as transformações do jornalismo diante das tecnologias digitais. Os autores abordam as especificidades do jornalismo *online* ao contrastá-lo com as formas anteriores de produção jornalística, demonstrando como os processos de digitalização alteraram tanto a produção quanto o consumo de notícias.

Palácios e Machado (1997) definem o jornalismo digital como uma adaptação de um modo específico de conhecimento da realidade a um novo suporte comunicacional: a tecnologia de transmissão digital de informações. A informação digital, nesse contexto, é codificada por unidades binárias (bits), diferenciando-se da tecnologia analógica, baseada na transmissão de sinais contínuos, como no caso das ondas eletromagnéticas utilizadas pelo rádio e pela televisão. Com o avanço da digitalização, observa-se uma tendência de substituição progressiva dos sistemas analógicos pelos digitais, promovendo novas possibilidades de circulação e recepção das mensagens jornalísticas.

Segundo os autores, o jornalismo digital compreende toda produção discursiva que recorta a realidade por meio da singularidade dos eventos e que circula via Internet ou outras redes digitais. A diferença essencial do jornalismo digital em relação a outros serviços informativos não reside no suporte em si, mas no tratamento conferido aos dados, ou seja, no processo de apuração, seleção e organização das informações segundo critérios jornalísticos.

Numa definição sumária o jornalismo digital envolve toda a produção discursiva que recorte a realidade pelo viés da singularidade dos eventos e que tenha como suporte de circulação a Internet, as demais redes telemáticas ou qualquer outro tipo de tecnologia que transmita sinais numéricos. (Palácios; Machado, 1997, p 3)

Cada nova fase trouxe consigo uma gramática específica de produção jornalística: imprensa escrita, radiojornal e telejornal. Inicialmente, esses formatos reproduziam discursos particulares adaptados a seus respectivos suportes, como jornais, rádios e televisão. Contudo, à medida que o jornalismo se consolidava em cada um desses meios, desenvolveu-se também uma linguagem própria para cada formato, superando a mera transposição de conteúdo de um veículo para outro. O discurso jornalístico, portanto, foi se especializando conforme o meio, até alcançar uma síntese discursiva no ambiente digital.

Com o advento do jornalismo digital, surge uma instância discursiva multimidiática, na qual som, imagem e texto são integrados em um único ambiente. Diferentemente das modalidades anteriores de jornalismo, que dependiam da circulação física ou da difusão por ondas eletromagnéticas, o jornalismo digital exige que o conteúdo seja buscado ativamente pelo usuário. Essa característica altera substancialmente as estratégias de difusão e engajamento, exigindo novas formas de apresentação do conteúdo para atrair e manter o interesse do público.

Além dessas mudanças estruturais, o jornalismo digital inaugura um modelo discursivo baseado na combinação de três características principais: massividade, interatividade e personalização (Palácios; Machado, 1997, p. 8). Esses elementos não apenas definem o ambiente comunicacional contemporâneo, como também estão diretamente ligados ao processo de globalização da cultura. A convergência midiática permite que os conteúdos jornalísticos sejam moldados de forma a atender tanto à escala de difusão quanto à especificidade do usuário, modificando a relação entre produtor e receptor da informação.

Além destas modificações de caráter mais genérico no campo da comunicação, no jornalismo digital de modo mais específico, pela primeira vez, três elementos distintos vão ser conjugados: a massividade, a interatividade e a personalização. (Palácios; Machado, 1997, p. 8)

A convergência de diferentes linguagens em uma única plataforma não apenas redefiniu os formatos jornalísticos, como também criou novos modos de interação entre os usuários e os conteúdos. No caso dos podcasts, essa transformação se manifesta de maneira singular: ao incorporar voz, narrativa e edição sonora, o podcast resgata elementos do radiojornalismo, ao mesmo tempo em que explora a flexibilidade

do ambiente digital. Assim, os podcasts jornalísticos exemplificam como o jornalismo digital se adapta às dinâmicas de mobilidade, fragmentação e personalização do consumo de notícias.

A comunicação se ramificou no ciberespaço, conceituado por Schwingel (2012) como um ambiente que expandiu as noções de conexão e onde as comunicações são executadas por meio de redes de computadores. A internet foi um marco para transformar o modo de preparo, consumo e venda de notícias, e esse novo ambiente comunicativo trouxe a coexistência inevitável de diversos veículos de imprensa em um único espaço. Desde o começo do século XXI, o ciberespaço deixou de ser apenas uma fonte de consulta para se tornar uma nova mídia, suporte e meio de comunicação.

Schwingel (2012) aponta características específicas do ciberespaço para as produções jornalísticas:

1. **Multimídia**lidade: junção de textos, fotos, áudios e vídeos.
2. **Hipertextualidade**: uso de *links* que direcionam o leitor a outros conteúdos relacionados.
3. **Interatividade**: troca mais rápida e facilitadora entre jornalista e público.
4. **Customização do Conteúdo**: possibilidade de criar listas e selecionar conteúdos, como *newsletters*.
5. **Memória**: arquivamento de conteúdos em nuvens ou arquivos das empresas.
6. **Atualização Contínua**: lançamento constante de novas notícias e informações.
7. **Flexibilização de Tempo e Espaço**: ausência de tempo fixo para consumir ou produzir conteúdo.

A tecnologia, como aparato para a comunicação, tem movimentado o imaginário do público e gerado transformações evidentes nas formas de perceber, narrar, ouvir ou experienciar informações. Esses avanços não são apenas novidades, mas também impuseram às mídias a necessidade de se integrar ao cotidiano. Morley (2007) afirma que as novas tecnologias permitem às pessoas conectarem-se a indivíduos geograficamente distantes e atuarem como operadoras de "ecossistemas" da tecnologia.

Contudo, inovações podem enfrentar resistência, especialmente quando alteram drasticamente os modos de consumo. Para facilitar a introdução e reduzir a rejeição, Morley (2007) sugere que as transformações sejam apresentadas de forma facilmente compreensível, utilizando elementos que remetem a épocas anteriores para evocar familiaridade no consumidor. As inovações tecnológicas, portanto, apropriaram-se de formatos, símbolos e ícones reconhecíveis para impulsionar um "tecnofuturo seguro" (Morley, 2007, p. 140), minimizando origens potencialmente controversas ao serem incorporadas em simbolismos compreendidos por amplos grupos populacionais.

A internet teve um impacto profundo nas práticas comunicacionais desde sua popularização, redefinindo as formas de interação entre emissores e receptores. Castells (2017, p. 56) afirma que a internet "mais do que qualquer outra tecnologia, foi capaz de criar uma plataforma global para a informação, mudando a dinâmica da comunicação e do jornalismo". Essa revolução digital afetou amplamente o campo da comunicação, criando novas formas de produção e disseminação de conteúdo e tornando o acesso à informação mais imediato e universal.

No entanto, a facilidade de acesso gerou desafios, especialmente na filtragem e consumo de dados em tempo real. A internet também desencadeou a "economia da atenção", conceito debatido por Muniz Sodré (2004).

A mídia – campo de atuação mais óbvio do jornalista – integra hoje o que se pode chamar de 'economia da atenção', esta mesma que não escapa das condições (psíquicas, corporais) de reprodução da força de trabalho pelo capital. Tais condições, ausentes da regra capitalista durante a fase clássica de acumulação e que permitiam ao operariado constituir-se como 'classe histórica', estão hoje sob o controle absoluto do valor de troca. (Sodré, 2004)

Bucci (2021) utiliza o conceito da "economia da atenção" para observar a necessidade de a comunicação competir por atenção com outros veículos e redes sociais como *TikTok*, *Facebook* e *Instagram* (Bucci, 2021, p. 102). Essa concorrência reformulou a estrutura e o consumo de informações, exigindo que produtores de conteúdo se adaptassem às demandas de rapidez e engajamento, tornando a mídia mais volátil e imediata.

A emergência dos podcasts como meio de produção e circulação de conteúdo jornalístico insere-se no contexto de transformação das práticas comunicacionais

impulsionadas pelas tecnologias digitais. O jornalismo, tradicionalmente vinculado à mediação informativa por meio de veículos consolidados, passou a conviver com múltiplos formatos e suportes que desafiam suas rotinas produtivas e seus critérios de credibilidade. Os podcasts, nesse cenário, representam não apenas uma forma de adaptação do jornalismo às novas dinâmicas de consumo, mas também uma linguagem que exige competências específicas dos profissionais da área. A convergência de mídias e a multiplicidade de plataformas contribuem para a formação de um novo perfil profissional, capaz de operar em diferentes linguagens e ambientes digitais.

O impacto da internet nas formas de produção e disseminação de conteúdo contribuiu para a redefinição das práticas comunicacionais. A figura do comunicador torna-se multifacetada, atuando em diferentes canais e formatos, o que implica uma reconfiguração do trabalho jornalístico. Esse cenário é marcado por uma crescente circulação de informações nas redes sociais, frequentemente sem a mediação de critérios jornalísticos tradicionais. A difusão de conteúdos sem verificação factual contribui para o fenômeno da desinformação, especialmente em contextos marcados pela chamada pós-verdade, onde os apelos emocionais prevalecem sobre os dados objetivos, segundo Santaella (2018).

De acordo com Santaella (2018), a prática da falsificação informativa não é um fenômeno contemporâneo, mas o ambiente digital alterou substancialmente as condições de produção, disseminação e recepção de conteúdos falsos. No jornalismo, a distinção entre notícia e desinformação reside justamente na ausência de processos de apuração e verificação. O ciberespaço, ao mesmo tempo que amplia o alcance das mensagens, exige adaptações que assegurem a veracidade das informações, o que representa um dos principais desafios enfrentados pelos profissionais da comunicação. Esse contexto reforça a necessidade de uma postura ética e responsável tanto na produção quanto no consumo de conteúdo *online*.

Ainda que a análise do fenômeno das chamadas "*fake news*"² não constitui o foco principal desta pesquisa, é pertinente mencionar a contribuição de Becker e Araújo (2021), segundo os quais a noção de notícia está intrinsecamente vinculada à busca pela verdade factual. Dessa forma, segundo os autores, não existiria uma

² Claire Wardle (2017) foi uma das primeiras pesquisadoras a estudar o conceito de 'fake news', desordem informacional e outras conceitualizações relacionadas. A autora é referência nos estudos acadêmicos sobre o tema.

"notícia falsa" no sentido estrito do termo, mas sim a simulação de um texto jornalístico, um conteúdo que reproduz elementos da estrutura formal da notícia sem, no entanto, observar os princípios do jornalismo.

Portanto, se as notícias em si não são tidas como falsas, as fake news poderiam ser então compreendidas como um hibridismo do gênero jornalístico, no qual a estrutura e o formato do texto são mantidos, buscando garantir a credibilidade de uma determinada postagem para atrair o interesse do público, porém sem seguir os princípios de apuração do fato e de construção do acontecimento jornalístico. Esse hibridismo é decorrente não apenas do desenvolvimento e do uso de tecnologias digitais, mas da vontade do público de expressar opinião, desfazendo, conseqüentemente, a autoridade do jornalismo como enunciador exclusivo do presente em um contexto de engajamentos mais emocionais do que racionais com a informação noticiosa no ambiente convergente (Becker; Araújo, 2020, p.15).

Castells (2017) ressalta que a internet não apenas democratizou a produção de conteúdo, mas também alterou profundamente a relação entre produção e consumo de notícias. A popularização dos podcasts é impulsionada pelas evoluções tecnológicas, pelo ciberespaço e pelos processos comunicativos, que quebraram barreiras geográficas e locais, atendendo à crescente busca por informações.

Glissant (2013) observa que a multiplicidade de interesses humanos não é nova; indivíduos buscam conectar seu imaginário ao mundo, e a internet tornou essa conexão mais rápida e acessível do que ligações e cartas. Martín-Barbero (2004) reforça que o processo comunicativo se refere mais às mediações do que aos meios em que ocorre é que a tecnologia, ou tecnicidade, é um elemento constitutivo e operacionalizador nas mediações comunicativas, representando saberes e práticas produtoras de inovações discursivas, não apenas um aparato.

Os conceitos sobre jornalismo em áudio têm sido cada vez mais discutidos com o avanço das tecnologias e a transição para a internet. A rádio *online* ampliou a linguagem, incluindo texto e imagem, e transformou a atuação do jornalismo radiofônico para um formato multimidiático e hipertextual. Isso se reflete no rádio como plataforma multiplataforma, que se conecta interativamente com ouvintes e leitores, focando em nichos específicos e permitindo maior participação da audiência, quebrando a unidirecionalidade da rádio tradicional. A transição do rádio tradicional para o ambiente digital representa um desafio significativo devido à complexidade da convergência de mídias.

A cultura participativa, instigada pela internet, tem desafiado os jornalistas a se adaptarem, não apenas no que diz respeito à produção de conteúdos, mas também à maneira como as narrativas são moldadas pelo envolvimento ativo do público (Jenkins, 2009, p. 29).

Essa mudança estabelece um novo paradigma onde ouvintes e espectadores se tornam participantes ativos na construção das narrativas. A migração do jornalismo radiofônico para plataformas digitais exige que jornalistas desenvolvam habilidades em múltiplas plataformas e integrem diferentes formatos. A interatividade da internet permite o engajamento direto do público, influenciando a produção e distribuição de notícias. Medeiros (2017, p. 45) aponta que a literacia midiática é essencial para a formação de um público mais crítico, capaz de compreender as implicações das mensagens em diversos meios, incluindo o rádio. Assim, os profissionais de rádio não apenas devem criar conteúdo relevante, mas também munir o público de ferramentas para interpretar e avaliar criticamente as informações.

O jornalismo em áudio contemporâneo deve ser compreendido como parte de um ecossistema comunicacional mais amplo, onde a convergência de mídias e a participação ativa do público são determinantes. A interação entre jornalistas e ouvintes torna-se mais fluida, e a produção de conteúdo precisa responder às novas demandas de participação. A adaptação dos profissionais e a educação midiática do público são cruciais para enfrentar os desafios da convergência e da cultura participativa promovida pela internet.

3.3 - A distribuição do som na era de convergência

A internet, ainda no final do século XX, indicou um potencial colaborativo e inovador na disseminação da informação, consolidando-se como um ambiente propício para a expansão comunicacional e impactando hábitos e a cultura de consumo, uma perspectiva já apontada por Pierre Lévy (1999). Lévy compreendia esse novo ambiente como um espaço de fluidez do conhecimento, caracterizado pela descentralização e democratização do saber. Diante dessa iminente ruptura no monopólio comunicativo, ele já identificava novas produções como a *rádio web*, o que transcende as meras mudanças tecnológicas para abraçar transformações culturais e de linguagem comunicativa.

Levy (1999) ressalta que a cibercultura não se limita aos avanços técnicos, mas envolve transformações culturais decorrentes da ascensão dos ambientes virtuais. Para ele, esses espaços alteram profundamente as formas de comunicação e de interpretação da informação, tanto nos aspectos práticos quanto na decodificação de novos simbolismos. Nesse contexto são dispostas possibilidades inéditas de exploração criativa, como a construção de mundos virtuais, a interatividade total, o surgimento de novas práticas artísticas e a consolidação de formas inovadoras de produção do conhecimento, são acessíveis a qualquer indivíduo conectado.

Jenkins (2009) corrobora e expande essa perspectiva de Lévy (1999) ao enfatizar que a convergência transcende os aparatos tecnológicos, ocorrendo a partir dos cérebros das pessoas e das interações sociais com outros. Jenkins explica que a grande quantidade de informações sobre qualquer tópico incentiva a comunicação entre os indivíduos sobre o conteúdo que consomem, gerando uma efervescência comunicativa cada vez mais valorizada pelo mercado. Esse processo é central para a inteligência coletiva, conceito trabalhado por Lévy (1999), que Jenkins descreve como a capacidade de uma comunidade de conhecimento de alavancar a expertise combinada, pois "nenhum de nós pode saber tudo; cada um de nós sabe alguma coisa; e podemos juntar as peças, se associarmos nossos recursos e unirmos nossas habilidades" (Jenkins, 2009, p. 31). Este conceito é puramente intrínseco ao ambiente de convergência, onde as muitas vozes ganharam um espaço para falar.

A convergência representa uma mudança no modo como encaramos nossas relações com as mídias. Estamos realizando essa mudança primeiro por meio de nossas relações com a cultura popular, mas as habilidades que adquirimos nessa brincadeira têm implicações no modo como aprendemos, trabalhamos, participamos do processo político e nos conectamos com pessoas de outras partes do mundo (Jenkins, 2009, p. 50).

A inteligência coletiva é, para Jenkins (2009), uma fonte alternativa de poder midiático, inicialmente utilizada para fins recreativos, mas com potencial para propósitos mais sérios. As comunidades de conhecimento, segundo Lévy, permitem que as pessoas utilizem um conhecimento individual a objetivos e fins comuns, possibilitando que o que não pode ser alcançado individualmente, agora possa ser feito coletivamente. Para o autor, o dinamismo das muitas produções serve como uma

espécie de motor invisível para circulação e até mesmo para a troca de produtos de massa.

Jenkins (2009) demonstra como essa inteligência coletiva se manifesta na transformação da produção cultural. A distinção entre autores e leitores, produtores e espectadores, e criadores e intérpretes tende a se dissolver, formando um circuito de expressão. A Web 2.0, em particular, com sua arquitetura da participação, visa canalizar essa inteligência coletiva e extrair valor do conteúdo gerado pelos usuários. É necessário retomar alguns conceitos já trabalhados nesta pesquisa para contextualizar a discussão da cibercultura. A abordagem das mediações propostas por Martín-Barbero (1997) ajuda a ampliar o entendimento sobre a dimensão tecnológica. O autor propõe uma mudança de foco dos meios para as mediações, argumentando que a análise não deve se limitar aos aparatos tecnológicos ou às mensagens, mas sim às articulações complexas entre as práticas comunicativas e os movimentos sociais.

Martín-Barbero (1997) critica as abordagens que superestimam a manipulação midiática ou a passividade do público, propondo compreender como os sujeitos produzem sentidos para sua vida cotidiana e como se comunicam e utilizam os meios. Sua perspectiva aproxima-se das de Jenkins (2009) e Lévy (1999) ao destacar o papel da mídia na construção cultural. Para o autor, a cultura popular deve ser entendida em sua relação intrínseca com a modernidade, a urbanização e a indústria cultural. Nessa dinâmica, o consumo não se configura como simples reprodução, mas como espaço de produção de sentidos, no qual se articulam demandas sociais e diferentes competências culturais. Essa concepção é fundamental para compreender a decodificação de novos simbolismos na cibercultura, em que a interação dos usuários com os conteúdos midiáticos constitui um processo ativo de re-significação e apropriação.

Historicamente, Martín-Barbero (1997) demonstra que a massificação da cultura não é um fenômeno exclusivo dos meios eletrônicos, mas um processo gradual que se desenvolveu por meio de instituições como a escola e a igreja. A perspectiva das mediações permite compreender a complexidade dessa relação, superando o tecnologicismo e o idealismo cultural. Em síntese, a discussão sobre a cibercultura na era da convergência midiática, especialmente em territórios como os podcasts, vai muito além dos avanços tecnológicos, englobando uma reconfiguração profunda das

práticas culturais e da produção de sentido. Assim, podcasts, como manifestações de conteúdo gerado por usuários e comunidades de conhecimento, redefinindo continuamente as formas de se comunicar e decodificar novos simbolismos na sociedade contemporânea.

A convergência midiática fez o rádio transcender as fronteiras do dial e das ondas AM/FM, migrando para o ciberespaço. Para que as programações das emissoras migrassem para a internet, foi necessário desenvolver novas formas de comunicação e se adaptar ao novo ambiente, o que permitiu uma renovação no ritmo e a criação de maneiras mais rápidas de interação entre ouvintes, abrindo espaço para novos formatos focados nos hábitos e interesses do novo consumidor alcançável pela *web*.

Heródoto Barbeiro (2001) mapeou os impactos das tecnologias digitais no radiojornalismo, como a redução dos custos de produção, o aumento da quantidade e agilidade na produção, e a maior mobilidade dos repórteres, que passaram a poder enviar notícias em tempo real, ampliando o fluxo de informações.

Zuculoto (2012) destaca a resiliência do rádio, que, ao se adaptar ao meio digital, expandiu suas funções além das antenas de transmissão, atingindo um público que prefere conteúdos digitais e garantindo a permanência de veículos de comunicação no mercado. A internet também proporciona uma abordagem interativa e acessível para ouvintes em áreas distantes ou sem acesso a outras mídias, diminuindo as fronteiras do sinal tradicional e criando uma "experiência radiofônica global" (Zuculoto, 2012, p. 79). Ferraretto (2007) reforça que as rádios *web* surgiram como uma expansão do rádio tradicional, confirmando que a internet possibilitou um meio de difusão mais acessível e democrático, com maior liberdade de acesso e contato com novas vozes e pontos de vista.

Citeli (2004, p. 134) descreve a rádio *web* como uma "prática de participação cidadã" devido às amplas possibilidades de interatividade e consumo, tornando o ouvinte parte integrante do processo comunicativo. Essa metamorfose resultou em novas modalidades de transmissão e ampliou o espaço para conteúdos aprofundados, especializados e nichados, como os podcasts. A clareza da relação entre a rádio *web* e os podcasts demonstra que o formato não é uma inovação surgida do zero, mas fruto das transformações necessárias para acompanhar as mudanças de seu tempo, aproveitando as novas possibilidades e a abertura dos consumidores.

3.4 - Os podcasts: definição, popularidade e fases

O termo "podcast" surgiu pela primeira vez em 2004, cunhado por um jornalista britânico em um artigo do *The Guardian*. A palavra é um neologismo que une "broadcast" (rede de computadores interligados) e "pod", derivado de *iPod*, dispositivo da *Apple* para armazenar conteúdo em áudio. Em 2005, o *Oxford English American Dictionary* elegeu "podcast" como a "Palavra do Ano", com uma pesquisa revelando que aproximadamente seis milhões dos 22 milhões de americanos adultos com um dispositivo portátil de áudio já haviam baixado um podcast.

A abordagem inicial dos podcasts era predominantemente auditiva, focando na experiência de escuta. Bonini (2020) categoriza os podcasts como uma tecnologia para distribuição, recepção e escuta sob demanda de conteúdos em áudio, produzidos sob demanda e disponíveis em plataformas de *streaming* (agregadores de áudio). Os temas são diversos, desde assuntos atuais até análises críticas de fatos nacionais e internacionais. A produção de podcasts é notável por não estar centralizada apenas em grandes conglomerados de mídia, o que remete às suas origens de democratização e liberdade de criação e acesso. A execução de um podcast é relativamente simples, exigindo apenas um aparelho de gravação, um editor e uma plataforma de distribuição, características que destacam seu caráter público ao longo do tempo.

Levinson (2016) detalha que, em seus primórdios, os podcasts eram simples gravações de áudio distribuídas via *RSS feed*, permitindo assinaturas e escuta contínua, sem a necessidade de rádio ou televisão. Isso representou uma transição crucial de um modelo de mídia linear para um modelo sob demanda (*on-demand*), no qual o ouvinte decide quando e como consumir o conteúdo. A popularização dos dispositivos móveis, como *smartphones*, foi fundamental para a consolidação dos podcasts.

Pimenta (2017) aponta que o formato se adapta bem à mobilidade desses aparelhos, permitindo acesso flexível aos produtos de mídia, superando as limitações de variabilidade das mídias tradicionais. A democratização das ferramentas de produção e distribuição também foi crucial. Ferramentas como o Audacity e plataformas de hospedagem como o *SoundCloud* permitiram que qualquer pessoa com microfone e computador criasse e distribísse conteúdo para uma audiência

global. Jenkins (2009), ao analisar a convergência midiática, enfatiza a importância da participação ativa do público na criação de conteúdo, o que nos podcasts se reflete tanto na concepção quanto no engajamento dos ouvintes, que fazem recomendações e compartilham conteúdo nas redes sociais.

Heise (2014, p. 1-2) distingue podcast e *podcasting* e aborda as dimensões da tecnicidade e socialidade: tecnicamente, *podcasting* é um método de distribuição de arquivos de áudio (e/ou vídeo) via RSS para download e execução posterior em diversos dispositivos. O termo podcast refere-se não apenas a um arquivo de mídia, mas a um programa (musical ou falado), tipicamente uma série de episódios, que pode ser recebida automaticamente por assinantes, segundo o *Oxford Dictionaries Online*.

Podcasts são considerados mídias resultantes de convergência que une áudio, infraestrutura *web* e dispositivos portáteis de mídia (Berry, 2006). Dubber (2013, p. 58) destaca como característica inovadora o método de distribuição via *streaming*, permitindo aos assinantes recebê-los automaticamente e ouvi-los em sua conveniência. Alguns podcasts são conteúdos gerados por usuários, produzidos voluntariamente por indivíduos ou grupos de entusiastas, que agora podem se tornar suas próprias estações de rádio independente; faça-você-mesmo.

Bonini (2020) considera o podcast uma alternativa de produção e consumo cultural, uma ferramenta de áudio produzida e consumida sob demanda, com a tecnologia como fio condutor da distribuição. Ele defende que a popularização do formato deve ser vista como parte de um meio digital grande por si só, e não apenas uma alternativa para a radiodifusão, pois os podcasts atendem a novos hábitos, interesses e mercados na busca por esse tipo de conteúdo. Bonini (2020) conclui que o podcast não é uma mídia menor em comparação com outras baseadas em áudio, sendo um formato bem-sucedido e estabelecido na cultura atual, merecendo ser incluído em estudos críticos.

O mercado de podcasts passou por uma transformação significativa com o ingresso de grandes *players* como *Spotify*, *Google* e *Apple*, consolidando a monetização por meio de anúncios, assinaturas pagas e parcerias. A mudança não se deu apenas nas narrativas, mas também no modelo de negócios, como o *Spotify*, que incluiu publicidade e criação de conteúdo pago. No Brasil, apesar da quantidade de produções, o cenário mercadológico já está nos primeiros passos, refletindo o

crescente interesse de empresas de mídia como Globo e Folha de S.Paulo em adotar o formato (Costa, 2022).

É inegável a crescente tangencial no consumo de podcasts no Brasil, embora ainda haja desafios. A produção de novos programas também acompanha essa tendência, com ampla variedade temática e episódios diários disponíveis sob demanda para grande parte dos usuários com acesso à internet. O cenário das pesquisas em podcasts, contudo, considera um público específico: aquele com acesso à internet. Dados da PNAD-Contínua de 2021 indicam que cerca de 90% dos lares brasileiros possuem algum tipo de internet, mas a frequência e qualidade dessa conexão variam.

A pesquisa TIC Domicílios revela que cerca de 29 milhões de brasileiros (14% da população) ainda não acessam a internet, com barreiras ligadas a questões econômicas, localização geográfica (infraestrutura inadequada no Norte e Nordeste) e faixa etária, o que dificulta o acesso a serviços públicos e educação. Nos últimos 20 anos, o acesso à internet em casas urbanas aumentou significativamente (de 13% para 85%), totalizando quase 160 milhões de usuários no país. Apesar dos avanços, persistem desigualdades: enquanto todos os lares de classe A têm conexão, um terço das residências das classes D e E ainda não possuem acesso, e a qualidade da conexão é limitada em áreas vulneráveis, evidenciando a exclusão digital, segundo a pesquisa TIC Domicílios.

Ainda em 2016, segundo o IBGE, os *smartphones* já se tornavam os principais dispositivos para acessar a internet, seguidos pela televisão e, em terceiro lugar, o computador, refletindo as mudanças nos hábitos de consumo de conteúdo digital. O século XXI é marcado pela ampliação e popularização da tecnologia, e os meios de comunicação passaram por essa nova roupagem. O estudo das alterações ocasionadas pela convergência midiática é parte essencial dos novos avanços proporcionados à humanidade. A convergência midiática trouxe o *YouTube* para as mídias visuais, os sites de notícia para as mídias impressas, o *Spotify* para as mídias sonoras e as produções multimídia para a integração de todos.

Lopez (2010) apresentou os podcasts como uma possibilidade emergente da convergência no rádio, destacando-o como um novo formato de rádio hipermediático. Para a autora, compreender o movimento de transformação dos novos formatos de comunicação e a metamorfose na disseminação de informações, bem como seu

impacto no cenário geral, é essencial para entender tanto o futuro do podcast quanto o das mídias tradicionais. Na era da convergência, o rádio reformula sua própria identidade, apresentando narrativas multimídia "direcionadas a esse novo público, buscando atender demandas de tempo, disponibilização, linguagem, conteúdo, forma" (Lopez, 2010, p. 124).

À época, a pesquisadora compreendia o formato como um espaço voltado à disponibilização e ao armazenamento dos conteúdos produzidos pelas próprias emissoras. Nesse contexto, Lopez (2010) propôs uma sistematização em três níveis para analisar as redações de radiojornalismo inseridas no processo de convergência. Esses níveis são integrados, complementares e compõem um processo contínuo de construção identitária e definição do papel da comunicação radiofônica. Cada nível depende do anterior e, quando considerado em conjunto com a convergência de conteúdo, empresarial e editorial, pode resultar na integração das redações. No entanto, essa integração não constitui uma exigência. Por se tratar de um processo, os níveis são derivados:

1. **O primeiro nível** refere-se à informatização das redações, etapa que trouxe impactos relevantes ao jornalismo, ao viabilizar a edição digital de áudio e texto, além de acelerar o processo de produção da informação nas emissoras.
2. **O segundo nível** abrange a tecnologização de diferentes etapas do trabalho jornalístico. Nesse momento, ocorre a integração entre ferramentas de apuração, produção e transmissão de conteúdo, sem alterações substanciais na estrutura narrativa ou na forma do produto final. A principal mudança perceptível está na agilidade da produção e na qualidade técnica do som.
3. **No terceiro nível**, a incorporação das tecnologias da informação e da comunicação ao processo de produção e difusão da notícia transforma a configuração do veículo, suas definições tradicionais e suas estratégias de linguagem. É nesse estágio que se consolida a produção multimídia, com repórteres atuando de forma multiplataforma e produzindo conteúdos em diferentes formatos, como áudio, vídeo, texto, fotografia e infografia. Dessa forma, no contexto do radiojornalismo, considera-se como convergência de terceiro nível a produção multimídia.

No âmbito acadêmico, o podcast demorou a atrair a atenção de pesquisadores em Comunicação. Levantamentos realizados no Brasil por Couto e Martino (2018), em teses e dissertações defendidas entre 2006 e 2017, revelaram que, de 34 trabalhos, apenas 15 foram desenvolvidos em Programas de Pós-Graduação em Comunicação, mesma quantidade encontrada em Programas de Educação. Esse cenário de menor interesse não é exclusivo do Brasil. Bonini (2020) aponta que o *podcasting* como objeto de estudos de mídia recebeu pouca atenção, com pouquíssimos artigos publicados em periódicos acadêmicos relevantes entre 2004 e 2014, o que corrobora a falta de atenção acadêmica ao tema.

Contrariamente ao que poderíamos imaginar, o podcasting como objeto de estudos de mídia não recebeu tanta atenção, salvo por algumas notáveis e frequentemente citadas exceções. The Radio Journal, revista acadêmica dedicada a trabalhos sobre radiodifusão e mídia sonora, publicou apenas quatro artigos que tinham o podcasting como foco principal entre 2004 e 2014, enquanto três artigos foram publicados sobre podcasting na revista acadêmica americana Journal of Radio and Audio Media. Três outros artigos foram publicados na New e Media Society no mesmo período. Uma pesquisa com a palavra chave “podcasting” nos arquivos online das revistas acadêmicas internacionais no campo dos estudos de mídia retornou apenas outras quatro ocorrências além das já citadas. (Bonini, 2020, p. 15 – 16)

Meditich (2021) analisa que os podcasts no Brasil representam uma transição para um modelo de consumo mais controlado e personalizado, ao mesmo tempo em que evidencia as disparidades de acesso entre regiões urbanas e rurais. Para ele, o cenário de produção e consumo de podcasts no país é uma nova opção para escapar dos formatos tradicionais de comunicação, como a radiodifusão. Sua popularização representa um movimento onde a comunicação de massa assume características de comunicação personalizada, destacando a liberdade de escolha do consumidor entre uma ampla gama de podcasts com as mais diversas temáticas.

Bonini (2015) destaca que o primeiro momento da produção de podcasts possuía um caráter mais pedagógico, utilizado por educadores, professores e ativistas para disseminar novos saberes. Mais recentemente, Santos e Silva (2020), em pesquisa sobre podcasts em plataformas de *streaming*, mapearam os 20 podcasts mais consumidos no Brasil e cunharam três marcos temporais para as gerações de podcasts: a primeira, até o final de 2011; a segunda, a partir de 2012; e a terceira, a partir de 2019, onde os podcasts já estão incorporados às redações e dito como um

formato utilizado pelo jornalismo ou outro campo da comunicação. Para além disso, este momento também está atrelado à plataformização e distribuição de podcasts por meio dos algoritmos.

A segunda geração de podcasts, segundo Bonini (2020), superou a primeira, estabelecendo um novo cenário, perpetuado até a atualidade, onde os podcasts se tornam uma possibilidade contra hegemônica ao sistema tradicional de imprensa, especialmente nos Estados Unidos. Isso foi impulsionado pela ampliação do *crowdfunding*, que permite aos produtores manter sua independência de empresas jornalísticas e emissoras comerciais de rádio. Esse movimento se difundiu globalmente, consolidando-se não apenas como modelo de negócio, mas também como fórmula narrativa para construir podcasts por meio do *storytelling* (Bonini, 2020).

Santos e Silva (2020) observaram essa tendência crescente no Brasil, com muitos dos podcasts mais escutados utilizando financiamento coletivo. Muitos criadores oferecem conteúdos exclusivos aos apoiadores. Contudo, a possibilidade de lucrar com o formato também atraiu o interesse de grandes grupos de comunicação em investir em podcasts existentes ou criar os próprios, representando uma nova fase.

Dearman e Galloway (2005) focaram no poder disruptivo do *podcasting* como uma tecnologia de escape que permite a publicação de conteúdo sem passar pelos centros tradicionais de comunicação. Gallego (2005) defendeu que o *podcasting* permitia o ressurgimento de um modelo "artesão" de rádio. Berry (2006) investigou a portabilidade, intimidade e acessibilidade desse novo meio, vendo-o como uma contribuição para a construção de "um cenário em que as audiências são produtoras" (Berry, 2006, p. 143).

Bonini (2006) argumentou que o *podcasting* foi uma evolução na tecnologia de *streaming* e o próximo passo na desinstitucionalização do rádio, iniciada com rádios livres e piratas nas décadas de 1960 e 1970. Massarelli e Perrotta (2006) consideraram o *podcasting* uma tecnologia desafiadora para radiodifusores tradicionais, permitindo aos ouvintes criar seu próprio conteúdo radiofônico e alterar os hábitos de escuta.

Cardoso e Villaça (2022, p. 111) questionam se os podcasts mais ouvidos estariam "ganhando características típicas dos grupos dominantes e provocando a homogeneização de temáticas, de formatos e da ideologia", buscando analisar a

lógica econômica dos podcasts para entender se favorecem uma prática contra hegemônica ou a hegemonia de conglomerados de mídia.

Ao abordar a imbricação com grandes conglomerados tecnológicos e o conceito de plataformização, este emprestado de Van Dijck (2014), Cardoso e Villaça (2022) criticam o modelo neoliberal, que pode gerar uma falsa sensação de proximidade e independência entre público e criadores. Van Dijck (2018) explica que as plataformas digitais (agregadores de áudio, redes sociais ou distribuidoras e conteúdo) são infraestruturas digitais com base de dados e coordenadas a partir de algoritmos, revelando uma verdadeira arquitetura cibernética.

Neste cenário, utilizam “protocolos codificados que parecem ‘mediar’ as atividades sociais das pessoas, enquanto, na verdade, direcionam o tráfego social” (Van Dijck, 2013, p. 145). Nesse contexto, as plataformas digitais não apenas atuam como intermediárias, mas moldam ativamente a forma como os usuários acessam, compartilham e consomem conteúdos. Portanto, as notícias acessadas por meios digitais passam a ser influenciadas, de maneira crescente, pela interação entre plataformas, usuários e empresas jornalísticas (Van Dijck; Poell; De Waal, 2018).

Por este modelo, o consumidor interage diretamente com outros consumidores e deixa de lado as instituições tradicionais. Isso poderia gerar uma aparência de independência não fosse o fato de que, cada vez mais, nossas vidas estão perpassadas pela tecnologia e controladas por estas empresas que se alimentam dos nossos dados e das nossas pegadas digitais por meio de algoritmos. O podcast cresceu em uma época em que as empresas de tecnologia citadas já operam em pleno vapor, oferecendo a disrupção e a desintermediação de modelos tradicionais com a mensagem de que favorecem a liberdade. (Cardoso e Villaça, 2022, p. 119)

Embora a sensação inicial possa ser de consumo amador e independente, uma análise mais profunda revela o envolvimento de muitas empresas no crescimento de determinados podcasts. O formato se disseminou em um período de crescimento de grupos de tecnologia, criando uma falsa percepção de fuga das hegemonias ao oferecer novas possibilidades de acesso à informação distantes das mídias tradicionais, mas o cenário tem se mostrado cada vez mais dominado por grandes corporações, com um sentido distinto.

3.5 - Jornalismo e podcasts

O século XXI se desenrola diante dos fatos. Diversos aspectos da sociedade são alterados ou apenas remodelados. Frequentemente, essas “inovações” atuam como camadas sobre práticas preexistentes, tornando seu impacto estrutural menos visível. Nesse contexto, a busca por “novos enunciados” pode gerar ansiedade, ao negligenciar ou relativizar elementos do passado que permanecem presentes. Assim, uma reflexão inicial é necessária para analisar o universo dos podcasts, especialmente no estado de Mato Grosso do Sul, sendo fundamental partir de um panorama geral para compreender as particularidades desse fenômeno.

Este estudo concentra-se nos produtos audiovisuais denominados podcasts, com ênfase nos de caráter jornalístico. A pesquisa tem como recorte o cenário sul-mato-grossense, articulado a partir de estudos acadêmicos nacionais e internacionais que contribuem para uma compreensão ampla do fenômeno. A produção de podcasts jornalísticos expressa a capacidade de adaptação e apropriação de uma mídia em função da relação estabelecida entre os públicos e os meios de comunicação. Nesse contexto, os podcasts consolidam-se como instrumentos relevantes na disseminação de conteúdos jornalísticos, tanto por meio das produções diárias de veículos tradicionais quanto pela atuação de comunicadores independentes, funcionando como suporte para a veiculação de informação noticiosa.

Para caracterizar o que se é um podcast jornalístico, é preciso delinear conceituações sobre o próprio jornalismo. Para o teórico alemão Otto Groth (2011)³, em *“A Ciência dos Jornais”*, quatro critérios estruturais definem o que é considerado jornalístico:

1. Periodicidade;
2. Universalidade;
3. Atualidade;
4. Publicidade.

³ A versão utilizada do texto de Groth é uma tradução para o português de 2011. Entretanto, as discussões do teórico remontam ao início do século XIX. O jornalista alemão Otto Groth (1875–1965) iniciou sua pesquisa naquela época com o propósito de elaborar uma enciclopédia do jornalismo, para tratar da “ciências dos jornais”.

Groth (2011) relaciona a ciência dos jornais à ciência da cultura. A discussão sobre "o que é jornalismo?" persiste ao longo do tempo. Nesta pesquisa, adota-se a definição proposta por Groth (2011), bem como a de Kovach e Rosenstiel (2004). Ambas as abordagens contribuem para a compreensão da função jornalística vinculada à busca pela verdade factual. O entendimento dos conceitos e das características do jornalismo são importantes, uma vez que o objeto da pesquisa é mapear e analisar a produção dos podcasts jornalísticos em Mato Grosso do Sul.

No contexto contemporâneo, marcado por transformações tecnológicas que redefinem a interação com a informação, a relação entre jornalismo e podcasts configura-se como objeto de estudo relevante. Apesar de limitações técnicas, os podcasts têm se mostrado eficazes na difusão de conteúdo jornalístico. No Brasil, essa integração vem sendo analisada, como demonstra Falcão (2021) ao investigar a produção sonora diária de veículos de imprensa. Embora a associação entre jornalismo e áudio remonte à década de 1930, o cenário de convergência midiática impõe novos olhares sobre a prática dos podcasts. Atualmente, esse formato, inicialmente restrito ao áudio, expande-se ao audiovisual e consolida-se como componente multiplataforma das produções jornalísticas.

A questão deontológica sobre "o que é jornalismo?" já é algo superado. Groth (2011) estabelece que cada ciência deve possuir um objeto próprio, não analisado por outras, e cuja abordagem específica gera conhecimento sistematizado. Isso justifica a autonomia da ciência do jornalismo. Como afirma Groth:

Primeiro, cada ciência tem que comprovar, ter um "objeto próprio" que as outras ciências até agora não analisaram e cuja análise as intenções destas ciências também não permitem. Este modo especial de contemplação e elaboração de um objeto nos proporciona um conhecimento específico do objeto, que é ordenado segundo princípios específicos de classificação. Isto quer dizer que este conhecimento tem que ser colocado em um "sistema" e só então a nova ciência está fundada, só então ela pode reivindicar o reconhecimento de sua autonomia (Groth, 2011, p. 32).

Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004) destacam que a primeira responsabilidade do jornalista é verificar a confiabilidade das informações e organizá-las de forma clara para o público. Os autores criticam a separação entre o que o público deseja e o que necessita, defendendo que ambos os aspectos devem ser considerados simultaneamente. O desafio do jornalismo, segundo eles, consiste em tornar o

conteúdo não apenas significativo, mas também interessante, articulando diferentes elementos em cada matéria. Nessa perspectiva, a verdade factual não é um ponto de chegada, mas um processo contínuo de construção, iniciado desde as primeiras reportagens.

Essa abordagem é desenvolvida na obra *Os Elementos do Jornalismo*, em que afirmam que “cada geração cria seu próprio jornalismo. Mas a finalidade, nós constatamos, é a mesma” (Kovach; Rosenstiel, 2004, p. 33). A partir da contribuição dos autores, é possível entender que o jornalismo se estrutura em três camadas: técnica, estética e ética. A técnica mantém-se relativamente estável, sustentada por estruturas fixas. A estética, por sua vez, se manifesta nas reformulações visuais que acompanham mudanças de consumo e comportamento do público. Já a camada ética enfrenta maiores tensões na era da “pós-verdade”, marcada pela disseminação de inverdades e até mesmo pela descredibilidade da profissão (Santaella, 2018).

Para aprofundar a compreensão do jornalismo enquanto prática profissional, recorre-se ao conceito de campo desenvolvido por Pierre Bourdieu (1989). Segundo o autor, o surgimento de um grupo profissional leva à constituição de um campo específico. No caso do jornalismo, configura-se o chamado “campo jornalístico”, entendido como um espaço social estruturado por relações de força, com posições de dominação e subordinação. Nesse campo, as disputas ocorrem em torno da manutenção ou transformação das relações de poder, e os agentes posicionam-se conforme sua força relativa.

Segundo Groth (2011), a autonomia da ciência do jornalismo fundamenta-se na existência de um objeto próprio, cuja análise requer uma abordagem distinta das demais disciplinas. Esse objeto, definido pela prática social específica do jornalismo, demanda a sistematização de um corpo teórico que sustente sua consolidação como campo científico autônomo. Nessa perspectiva, Genro Filho (1987)⁴ contribui ao afirmar que o jornalismo deve ser compreendido como forma de conhecimento social, com lógica própria de mediação entre fato e público. Partindo de um outro olhar teórico, Melo (2016) reforça a ideia de que o jornalismo possui gêneros, funções e estruturas narrativas singulares, elementos que reforçam a especificidade.

⁴Adelmo Genro Filho (1951–1988) foi um autor pioneiro na área de jornalismo. Suas obras de maior impacto datam da década de 1980, próximo ao fim de sua vida, limitando a possibilidade de revisitação de conceitos; ainda assim, suas contribuições permanecem singulares no desenvolvimento das pesquisas no campo.

No contexto das inovações tecnológicas, como a incorporação dos podcasts pelas empresas jornalísticas, é possível observar a materialização dessa autonomia em meio às remodelações da mídia. Ainda que as formas de expressão sejam remodeladas, mantêm-se as funções centrais do jornalismo, éticas, técnicas e estéticas, que asseguram identidade como prática social e como campo de conhecimento. Assim, os podcasts não representam apenas uma adaptação tecnológica, mas também um exemplo de como o jornalismo reconfigura suas linguagens sem perder de vista objetos e a função social.

A partir das categorizações de jornalismo e de podcasts, a pesquisa consegue indicar que os podcasts jornalísticos podem ser compreendidos não apenas como produtos audiovisuais, em áudio ou áudio e vídeo, mas como instrumentos de reconfiguração da prática jornalística diante do contexto digital. A mídia deve possuir periodicidade definida, além de formatos, como os de entrevista ou os de narrativa (*storytelling*). Estes estilos demonstram escolhas editoriais que podem refletir estratégias de quem produz e até mesmo construção de sentido junto ao público. Os produtos também exigem profissionais qualificados para checagem de informações, apuração junto a fontes, construção narrativa e edição, além de possuírem acessibilidade global e possibilidade de armazenamento digital. No atual cenário multiplataforma, pode assumir tanto a forma exclusivamente sonora quanto a audiovisual, integrando som e imagem.

É possível identificar diferentes formatos temáticos de podcasts jornalísticos, como os voltados à cobertura de notícias, viagens, gastronomia ou à reconstituição de crimes de grande repercussão nacional. É como Gandour (2016, p.40) detalha sobre a produção: “jornalismo não é um formato e sim um método, que deve ser aplicado de forma completa, do início ao fim do processo de obtenção, análise, checagem e preparação da informação para ser disponibilizada ao público”.

Para contextualizar o surgimento e a relevância dos podcasts, é fundamental primeiramente definir o jornalismo. Autores como Melo (2010) afirmam que o jornalismo organiza e narra a realidade, oferecendo ao público uma interpretação inteligível e verossímil dos acontecimentos cotidianos. A função atua como uma ponte entre os eventos e a sociedade, mediando a interpretação e a contextualização dos fatos para torná-los compreensíveis. Além de seu papel na busca da verdade e na explanação de histórias, o jornalismo é intrinsecamente uma prática de negócio,

operando em um mercado de notícias vasto e, por vezes, volátil, que se sustenta nas experiências, emoções, opiniões e entretenimento relacionados aos fatos.

Complementando essa perspectiva, Genro Filho (1987) define o jornalismo como uma forma de conhecimento específico sobre a realidade social, cuja função vai além de relatar, abrangendo a hierarquização de fatos e a capacidade de transformar fatos em acontecimentos, atribuindo-lhes novos significados que contribuem para a construção de uma consciência social e pública sobre sua relevância e veracidade. Gislene Silva (2005, p. 115) corrobora essa ideia, descrevendo a hierarquização da informação como a habilidade de converter um fato "complexo" em uma informação "acessível", visando a construção de noções coletivas claras e diretas sobre a realidade.

A identidade do jornalismo também está intrinsecamente ligada à busca pela verdade. A prática é balizada por processos de apuração, construção noticiosa e hierarquização de informações que se baseiam em fatos autênticos. O pesquisador português Adriano Rodrigues (1993) descreve o jornalismo como uma prática discursiva orientada pela busca constante da objetividade e pela precisão na narrativa dos acontecimentos, buscando transportar o receptor ao fato retratado. Além disso, a comunidade jornalística se autorregula por meio de regras deontológicas e conselhos de ética, garantindo a credibilidade do ofício. Segundo Rodrigues (1993), essas normas asseguram que o jornalismo dissemine fatos relevantes e capazes de gerar interesse do público.

Nelson Traquina (2005) também enfatiza que as características que distinguem o jornalismo de outras atividades de disseminação de informações são a hierarquização, os valores-notícia, a prioridade da informação e o interesse público, todos calcados na veracidade dos fatos. A produção jornalística se manifesta em diversas mídias, como a televisão (imagens), o rádio (som), o fotojornalismo (retratos) e o impresso (palavras), enquanto o ciberjornalismo integra todas essas formas. Essencialmente, o jornalismo se fundamenta na verdade e na importância dos fatos, servindo como elo para o público, mas também operando como uma prática industrial e capitalista com atribuições editoriais e seletivas.

3.6 - Podcasts jornalísticos e as mediações culturais

Nesse cenário, o podcast emerge como uma ferramenta transformadora para a disseminação de conteúdo jornalístico e não jornalístico, ganhando audiência anualmente e materializando-se como um formato proeminente. Inserido em seu tempo histórico, a comunicação por meio dos podcasts é moldada e difundida por estruturas super-estruturantes como a cultura, a política e a própria comunicação, sendo esta última, conforme Martín-Barbero (2004), mediada e palpável no processo de estruturação das produções. A ideia de que os podcasts suplantariam o rádio é uma falsa noção; o novo formato se adiciona ao ciberespaço, renovando as relações entre os materiais e atribuindo-lhes novos significados interpretativos. Dessa forma, o podcast pode ser compreendido como um fenômeno social mediado pela interação entre produção, emissão e recepção de mensagens, uma instância que, segundo Barbeiro e Munhoz (1992), não responde apenas a lógicas industriais e comerciais, mas também a exigências culturais e modos de percepção.

Como forma de complementar este tópico, Martín-Barbero (2011, p. 18) afirma que:

As materialidades no discurso remetem à constituição de gramáticas que dão origem a formatos e produtos midiáticos. A tecnicidade não é da ordem do instrumento, e sim dos saberes, da constituição de práticas produtoras de inovações discursivas, dos modos de percepção social. Afasta-se, portanto, da noção de técnica como mero aparato, recuperando o original sentido do termo grego *techné*. Haveria uma espécie de intermediação como experiência comunicativa, ou seja, de muitas interfaces entre os diferentes meios e destes nos diferentes espaços comunicativos do consumo e da criação. O que está aí implícito é a recusa do sentido instrumental de tecnologia tão sedimentada nos estudos de comunicação (Martín-Barbero, 2011, p. 118).

3º MAPA DAS MEDIAÇÕES - MARTÍN-BARBERO



(Martín-Barbero, 2011).

A obra de Martín-Barbero oferece uma perspectiva fundamental para analisar a comunicação contemporânea, especialmente no que tange aos podcasts, ao deslocar o foco dos meros "meios" para as "mediações". Como o próprio Martín-Barbero (2011) elucida, o processo comunicativo diz respeito muito mais às mediações do que aos próprios meios em que ocorre. Essa compreensão é crucial para ir além da tecnologia e entender como os podcasts, enquanto formatos emergentes, são estruturados e percebidos.

As mediações são esse 'lugar' de onde é possível compreender a interação entre o espaço da produção e o da recepção: o que [a mídia] produz não responde unicamente a requerimentos do sistema industrial e a estratégias comerciais, mas também a exigências que vêm da trama cultural e dos modos de ver. (Martín-Barbero; Munhoz, 1992, p. 20)

Essa abordagem permite investigar como os podcasts redefinem a dinâmica comunicativa, sendo moldados não só por interesses comerciais, mas também por demandas culturais e sociais, tornando o público um participante ativo, e até mesmo pelo território que está inserido. Um conceito central na teoria barberiana que se

conecta diretamente à evolução dos podcasts é a "tecnicidade", que transcende a ideia de um simples aparato tecnológico.

Martín-Barbero (2004) argumenta que o sentido de tecnicidade não está ligado apenas ao uso de tecnologia, mas sim à competência no uso da linguagem. A visão é essencial para compreender que a internet e os dispositivos móveis, pilares dos podcasts, não são apenas canais, mas elementos que redefinem os modos de perceber, ver, ouvir, ler e aprender, configurando o que ele chama de "novo ecossistema comunicativo". Os podcasts, assim, podem exemplificar essa tecnicidade ao criar novas formas narrativas e discursivas no jornalismo em áudio.

Para o pesquisador, também pode ser observado que a comunicação e a cultura se enquadram como espaços de disputa política. A perspectiva é fundamental para analisar como os podcasts podem se tornar plataformas para o debate público, a expressão de identidades plurais e a contestação de narrativas hegemônicas. Porém, como observado, fica claro que as produções dos veículos de imprensa seguem a lógica das próprias empresas e não oferecem narrativas alternativas. Os podcasts possibilitam uma produção de conteúdo em nichos específicos, o que pode gerar uma segmentação de assuntos e até mesmo consumo específico. É nesta tentativa de aprofundamento das discussões que os podcasts jornalísticos se consolidam como uma ferramenta significativa na formação e promoção de debates.

Martín-Barbero (2011) propõe que os meios de comunicação devem ser entendidos como parte de um ambiente muito mais amplo, no qual as materialidades do discurso, elementos como linguagem, som, imagem e formato, criam gramáticas que orientam a produção e a circulação de conteúdos midiáticos. Essa abordagem rejeita a visão da tecnologia como um simples instrumento, algo neutro. O autor explica que os meios intermediam experiências comunicativas, articulando diferentes espaços. A partir dessa perspectiva conceitual, os podcasts jornalísticos podem ser analisados como exemplos de como novas mídias se inserem nesse ecossistema. Os podcasts não devem substituir o radiojornalismo, por exemplo. Entretanto, deve ser incorporado às possibilidades de produção e circulação de conteúdos, interagindo com outras mídias e, até mesmo, práticas culturais. Neste contexto, os podcasts jornalísticos evidenciam como a convergência tecnológica pode gerar novas camadas de comunicação, permitindo compreender melhor os processos de mediação midiática.

O conceito de "ecossistema" no jornalismo, conforme Del Bianco (2020), está intrinsecamente ligado à convergência midiática e ao impacto das novas tecnologias nas práticas jornalísticas. Ela explora como as plataformas digitais e a interação contínua entre diferentes tipos de mídia alteram a dinâmica tradicional do jornalismo, ampliando as formas de consumo de conteúdo e permitindo uma integração mais fluida entre ferramentas e canais de comunicação.

Atualmente, o jornalismo está inserido em um ecossistema midiático mais amplo, no qual as plataformas digitais impõem novos desafios e oportunidades, obrigando os profissionais a se adaptarem constantemente. A convergência das mídias e a participação ativa do público redefinem o papel do jornalismo na sociedade contemporânea (Del Bianco, 2020, p. 42)

O podcast, especificamente, surgiu como uma forma de comunicação sonora que oferece ao receptor liberdade de quando, onde e como consumir o conteúdo. Essa ferramenta, utilizada pelo jornalismo, abrange temáticas de diversos nichos e se apresenta como uma expansão dos produtos em áudio, com construções frequentemente complexas e aprofundadas, proporcionando uma nova experiência ao público. Sua distribuição transcende os limites de grandes conglomerados de mídia, pois a disponibilização em plataformas de *streaming* e *players* ampliou o acesso.

Na era digital, a produção e distribuição de podcasts podem ser centralizadas em *smartphones*, tornando esses dispositivos ferramentas indispensáveis. O que antes exigia grande estrutura e altos investimentos, agora está ao alcance de qualquer pessoa com acesso à internet, desde a confecção até o consumo. Essa democratização é uma ferramenta importante para amplificar vozes anteriormente silenciadas pelos obstáculos do fazer hegemônico da comunicação, que controlava quem seria ouvido.

Santos e Silva (2020) realizaram um mapeamento dos podcasts mais ouvidos no Brasil. A partir da catalogação, os pesquisadores conseguiram identificar 20 programas, que foram subdivididos em cinco formatos diferentes: Debates; Educativo; Jornalismo temático; Entrevista; Variedades; e Jornalismo Narrativo. Santos e Silva (2020, p. 51) observaram que ao menos nove podcasts destinam seu conteúdo ao “debate entre os apresentadores e eventuais convidados especiais”, predominando um estilo livre, semelhante a uma conversa informal entre amigos, independentemente do tema ou dos participantes. No estudo, três produções foram

classificadas como “jornalismo temático” e duas como “entrevista”. Podcasts que combinam formatos e têm como objetivo principal instruir o público foram agrupados na categoria “educação”, que inclui quatro produções, combinando dicas de livros e filmes com entrevistas. Além desses, um podcast foi enquadrado em “variedades” e outro em “jornalismo narrativo”.

Quanto à propriedade e controle desses produtos, Santos e Silva (2020) destacam duas possibilidades de detenção: podcasts vinculados a grandes conglomerados de mídia ou a produtores independentes. No Brasil, à época dos estudos, cinco dos 20 podcasts mais populares pertenciam a grandes grupos, como O Assunto e Academia CBN (Grupo Globo), Pretinho Básico (Grupo RBS), POUCAS (UOL) e Café da Manhã (Folha de S. Paulo). Os demais são de blogs ou surgiram como extensões de blogs *online*, evidenciando a diversidade de atores no cenário de produção de podcasts.

Ferraretto (2007) afirma que os podcasts dão "novo impulso" ao jornalismo sonoro, possibilitando reportagens mais longas, detalhadas e com ritmo menos apressado, focando na profundidade da informação e apresentando narrativas que não encontrariam espaço no ambiente tradicional. Além disso, os podcasts são o elo que aproxima o jornalismo de múltiplos tipos de conteúdo, oferecendo versatilidade para que temáticas diversas coexistem no ambiente digital.

Lopez (2020) destaca cinco pontos essenciais oportunizados pela ascensão dos podcasts para o jornalismo:

1. **O papel educativo e social:** o podcast é um espaço relevante para abordar temas cotidianos e discutir práticas cidadãs, adaptando-se e diversificando-se para alcançar públicos distintos.
2. **Narrativa sonora e engajamento:** a narração e a construção narrativa são afetivas, envolvendo o público e criando um espaço para a contação de histórias.
3. **Diversidade e adaptabilidade:** a "podosfera" permite que os podcasts atendam a uma audiência ampla, com temas como política, cultura ou direitos sociais, contribuindo para a popularidade do formato.

4. **Imersividade como estratégia:** no jornalismo investigativo, os podcasts exploram a imersividade do formato para aprofundar o envolvimento dos ouvintes e criar uma experiência transmídia.
5. **Serialização nos podcasts jornalísticos:** a serialização é um componente importante para a construção de narrativas jornalísticas, pois a continuidade e organização dos episódios facilitam o envolvimento progressivo do consumidor com temas complexos.

As contribuições de Lopez (2020) evidenciam que o formato se torna relevante para o campo jornalístico por permitir que as histórias sejam narradas de diversas maneiras, provocando reflexões nos ouvintes. Ao considerar o ambiente dos podcasts como diversificado e inclusivo, a autora ressalta que os produtos do segmento transcendem o jornalismo tradicional, oferecendo uma plataforma para discussões mais profundas, plurais e alinhadas aos interesses do consumidor.

Assim, o podcast é uma ferramenta potente para a formação de cidadãos e a promoção do debate social. Kischinhevsky (2016) e Lopez (2020) concordam que o *podcasting* se distingue de outros meios jornalísticos por focar na disseminação de informações e na comunicação como um esforço coletivo, criando novas alternativas de consumo e fortalecendo a conexão entre os responsáveis pela produção. Eles também acreditam no potencial narrativo dos podcasts para proporcionar uma experiência de imersão e envolvimento emocional que supera o modelo linear do rádio tradicional, enfatizando a importância de técnicas de *storytelling* específicas para o formato.

Santos e Silva (2020) explicam que o *storytelling* é fundamental na oratória, fornecendo os elementos necessários para a construção narrativa e o poder de persuasão. Eles detalham como narrativas sonoras, interpretação do apresentador, música, sons ambientes e trechos de personagens contribuem para a verossimilhança e o envolvimento do ouvinte, conduzindo-o a um ambiente imersivo.

As sonoras e trechos de interpretação contribuem para que a narrativa seja contada com maior poder de convencimento em sua verossimilhança. Nossa audição dos programas nos mostra que os podcasts que utilizam o *storytelling* se apoiam especialmente no texto, que conduz o ouvinte a um ambiente misterioso, na interpretação do apresentador, e na música como parte da narrativa. Sons ambiente, às vezes captados fora do estúdio, e sonoras recuperadas de

personagens da trama não aparecem em todas as produções, mas ganham destaque em algumas delas (Santos; Silva, 2020, p. 63).

Contudo, Berry (2006) se distancia da analogia entre podcasts e radiojornalismo, argumentando que o formato mais recente não é dispersivo, mas exige escuta atenta e programada. Ele também ressalta a maior autonomia dos criadores de conteúdo e as novas formas de narrativa sonora que os podcasts permitem, com maior controle sobre as histórias contadas em comparação com o rádio tradicional. Essa nova experiência difere do jornalismo diário, que se limita a títulos de sites ou chamadas de telejornais. A australiana Siobhán McHugh (2022) aprofunda as suas observações acerca da forma de construção do formato por capítulos ou episódios, colocando como essa divisão cria novas possibilidades de esmiuçar os pontos de vista distintos de cada história, novamente, fortalecendo a conexão com quem consome.

Em 2022, Berry⁵ destacou em uma conferência da empresa britânica *British Broadcasting Corporation (BBC)* sobre os 100 anos da emissora sobre o retorno dos podcasts às noções iniciais de transmissão, onde os ouvintes escolhem ativamente quando e o que querem ouvir em catálogos sob demanda, superando os limites da programação linear tradicional. Essa não-linearidade permite ao jornalismo utilizar os podcasts para discussões aprofundadas, investigações complexas e exploração densa de temas. Lindgren (2014) estuda a ligação entre podcasts e jornalismo, ressaltando o potencial desses novos formatos de narração que extrapolam as práticas comuns em redações. Ela afirma que as narrativas pessoais são intrínsecas ao podcast jornalístico, criando conexões mais abrangentes entre produtor e consumidor.

Diferentemente de Berry, que vê os podcasts como um novo meio, Lindgren (2014) os considera um gênero jornalístico distinto que privilegia a voz e a narração, superando limites convencionais para contar histórias e utilizando sons de forma potente. Ela também percebe que o jornalismo nos podcasts busca uma relação mais próxima com o público, apresentando-se de forma autêntica e acessível.

O que se transmite no programa não é apenas um fato, mas uma conversa que envolve e engaja o ouvinte, garantindo uma escuta imersiva e pessoal, com espaço

⁵ Disponível em: https://richardberry.eu/podcasts-and-reith/?utm_source=chatgpt.com. Acessado em: 18 de agosto de 2025.

para dualidade e narrativas humanizadas. Segundo Lindgren (2020), os gêneros são construídos pela interação entre convenções, a abordagem dos produtores para desenvolver conteúdo sonoro e seus valores de produção, e as expectativas dos ouvintes.

Gêneros são baseados na interação entre convenções, neste caso a abordagem que os produtores de podcasts adotam para desenvolver um conteúdo sonoro específico e seus valores de produção e expectativas, ou seja, o que os ouvintes esperam ouvir. “As convenções são construídas ao longo do tempo, em que os textos se referem uns aos outros” (Lindgren, 2020, p. 116).

Os podcasts também podem assumir uma forma mais intimista e não se limitar apenas a conteúdos informativos. No caso dos podcasts jornalísticos, as construções seguem preceitos deontológicos, com uso de fontes, especialistas e dados, além da investigação jornalística propriamente dita. Kischinhevsky (2020) corrobora que o formato aprofunda a apuração jornalística, buscando fontes detalhadas e explorando personagens sem restrições de tempo. Ou até mesmo oferece programas com longas entrevistas, em tópicos de profundidade.

A união das análises de Kischinhevsky (2020) e Lindgren (2014) converge com Lopez (2010), que identifica duas funções essenciais para a penetração dos podcasts junto aos ouvintes: a memória (acesso a catálogos e atualizações em tempo real) e a fidelização (fortalecida pelo alinhamento da editoria aos interesses do público). Assim, características como proximidade, intimidade, autenticidade e estrutura narrativa fazem do podcast um formato singular para o jornalismo contar histórias.

Em suma, para o jornalismo, o podcast se apresenta como mais uma plataforma com características e formatos bem definidos, que combina a intimidade do produtor com a expectativa do ouvinte em se identificar com o conteúdo. É um produto digital que permite o consumo sob demanda e oferece narrativas que engajam por meio de edições, conversas aprofundadas e proximidade, criando um espaço para o jornalismo intimista, onde o contato com a informação e com o próprio jornalista é mais direto, podendo este último usar fatos da própria vida para fortalecer o vínculo com a audiência.

4 - CARTOGRAFIA E ANÁLISE DE CONTEÚDO DOS PODCASTS DE MATO GROSSO DO SUL

4.1 - Metodologia aplicada

A presente pesquisa tem como objetivo principal realizar uma cartografia dos podcasts jornalísticos produzidos em Mato Grosso do Sul, a fim de compreender o que é veiculado nesse formato na mídia regional. A escolha do podcast como objeto de análise justifica-se pela consolidação desse meio como espaço de circulação de práticas jornalísticas em ambientes digitais. O estudo buscou mapear, classificar e interpretar os podcasts produzidos em diferentes regiões do estado, observando a presença de elementos característicos do jornalismo em sua estrutura, conteúdo e formatos narrativos.

Para alcançar os objetivos, adotou-se uma abordagem metodológica mista, integrando procedimentos quantitativos e qualitativos. O referencial teórico-metodológico esteve ancorado na Análise de Conteúdo de Bardin (1977), cuja aplicabilidade permitiu examinar tanto o conteúdo manifesto quanto os significados implícitos das mensagens veiculadas. Essa abordagem possibilitou a quantificação de elementos recorrentes e, simultaneamente, uma leitura interpretativa do material.

A pesquisa caracterizou-se como descritiva e exploratória. A fase exploratória correspondeu ao levantamento preliminar do objeto empírico, permitindo familiaridade com o universo dos podcasts sul-mato-grossenses. Com base em Rosário (2016), essa etapa constituiu um planejamento flexível, voltado à formulação de hipóteses e à identificação de padrões iniciais. A fase descritiva buscou apresentar um retrato sistemático dos podcasts identificados, utilizando técnicas padronizadas de coleta e análise de dados.

Quanto aos procedimentos técnicos, tratou-se de pesquisa documental com elementos de levantamento. A documentação analisada incluiu episódios e descrições dos podcasts nas plataformas digitais. Esses materiais foram considerados documentos primários, pois não haviam passado por tratamento analítico. A sistematização inicial dos dados funcionou como levantamento quantitativo, permitindo identificar recorrências e estabelecer categorias de análise.

A abordagem quantitativa funda-se na frequência de aparição de certos elementos da mensagem. A abordagem não quantitativa, recorre a indicadores não frequentemente susceptíveis de permitir inferências; por exemplo, a presença (ou a ausência), pode constituir um índice tanto (ou mais) frutífero que a frequência de aparição. (Bardin, 1977, p. 114)

O corpus foi composto por podcasts publicados em 2023 e 2024 em três ambientes: *Spotify*, *YouTube* e portais de veículos de imprensa tradicionais de Mato Grosso do Sul. Foram consideradas apenas produções oriundas das cidades mais populosas de cada mesorregião: Campo Grande (Centro-Norte), Dourados (Sudoeste), Três Lagoas (Leste) e Corumbá (Pantanaís). Excluíram-se produtos de caráter exclusivamente acadêmico, como aqueles vinculados a disciplinas escolares ou de graduação, por não se alinharem aos critérios jornalísticos. As buscas pelos podcasts no *Spotify*, *YouTube* e nos veículos de imprensa foram realizadas entre abril e julho de 2025.

A pesquisa recorreu à filtragem de busca com palavras-chave e associações, como: Podcast; Mato Grosso do Sul; MS; Campo Grande; Três Lagoas; Dourados; Corumbá; Pantanal; CG; Podcast em Mato Grosso do Sul; Podcast MS; Produções em áudio em Mato Grosso do Sul; Podcasts ligados a Mato Grosso do Sul.

A escolha do *Spotify* fundamentou-se em dados dos levantamentos do Statista e IBOPE (2022), segundo os quais 25% dos brasileiros utilizaram a plataforma como agregadora de áudio. A inclusão do *YouTube* justificou-se pelo crescimento da produção de podcasts audiovisuais no Brasil e pelo fato de ser a plataforma de vídeo mais acessada no país em 2024, conforme relatório da Comscore (Forbes Brasil, 2024).

A coleta de dados ocorreu em três etapas:

1. mapeamento e catalogação dos podcasts a partir das buscas;
2. filtragem, identificação e catalogação dos conteúdos ligados a veículos de imprensa;
3. análise verticalizada de episódios selecionados.

Na primeira etapa, catalogaram-se 53 programas com temáticas variadas. Deste total, 45 foram produzidos em Campo Grande, cinco em Dourados, dois em

Corumbá e dois em Três Lagoas. Os podcasts encontrados incluíram produções de veículos de imprensa, instituições como universidades e outros que são independentes, sem vínculo à veículos de imprensa.

Na segunda etapa, a amostragem confirmou a existência de 27 podcasts jornalísticos, produzidos apenas em Campo Grande e Dourados. A metodologia seguiu a análise de conteúdo quantitativa de Rosário (2016), com leitura inicial orientada à identificação de material pertinente. Segundo o Portal de Mídia de Mato Grosso do Sul (2019), o estado possui 638 veículos de comunicação: 76 jornais impressos, 110 rádios comerciais, 84 rádios comunitárias, 357 sites jornalísticos e 11 TVs. A pesquisa mostra que há estrutura midiática em Mato Grosso do Sul, isto é, nas quatro mesorregiões investigadas existem veículos de imprensa de todos os segmentos, sejam afiliadas, no caso de televisão, ou mídias propriamente locais.

Para os 27 podcasts selecionados, elaborou-se uma ficha descritiva com os seguintes campos:

- **Nome do podcast** - Permite identificar e organizar os objetos de estudo. Serve como referência básica no levantamento e na posterior análise;
- **Descrição geral** - Fornece uma visão inicial sobre a proposta, tema e posicionamento do podcast, sendo fundamental para classificar sua natureza jornalística;
- **Quantidade total de episódios** - Indica a regularidade e o volume de produção, permitindo avaliar a consistência e a permanência da prática jornalística;
- **Local de produção** - Viabiliza a análise do recorte geográfico (mesorregiões do estado), que é essencial para o objetivo de mapear a produção regional;
- **Tempo médio de duração** - Permite identificar o tamanho da produção;
- **Empresa ou instituição responsável** - Ajuda a verificar se o podcast é vinculado a veículos jornalísticos, critério essencial para a definição da amostra;
- **Periodicidade** - Indica regularidade de publicação, importante para entender a dinâmica editorial e o comprometimento com a audiência;

- **Situação atual (ativo ou inativo)** - Verifica a continuidade ou não das produções no estado;
- **Formato (áudio, audiovisual, entrevista, narrativo)** - Permite classificar tecnicamente o tipo de narrativa adotada e verificar formatos utilizados;
- **Temática principal** - Direciona o mapeamento temático da produção jornalística local e identifica os assuntos mais recorrentes nas regiões;
- **Apresentador (host)** - Ajuda a entender o perfil profissional.

A partir do mapeamento global, a pesquisa analisou um podcast de cada tipo de mídia em Campo Grande e dois em Dourados. Embora Três Lagoas e Corumbá possuam estruturas midiáticas relevantes - como a presença de veículos de imprensa de todas as mídias - os veículos de imprensa locais não possuem produção de podcasts jornalísticos. Dessa forma, optou-se pelo descarte desses municípios na etapa de análise de conteúdo verticalizada. A decisão buscou garantir equilíbrio e rigor na pesquisa, evitando comparações desproporcionais entre as cidades. Assim, manteve-se a coerência do corpus de análise, assegurando que os resultados reflitam, de maneira mais precisa, as tendências e especificidades do jornalismo em podcasts no estado.

A definição dos podcasts analisados considerou a representatividade histórica e a especificidade de cada produção no contexto dos podcasts jornalísticos em Mato Grosso do Sul. Foi analisado o primeiro podcast publicado dentro do recorte temporal adotado pela pesquisa. Em Campo Grande, foram selecionados quatro exemplos que expressam diferentes matrizes midiáticas e formatos:

- **PodRir (site Midiamax):** escolhido por ser o mais antigo entre os podcasts jornalísticos do estado produzido especificamente para o formato por um site, o que o distingue de adaptações de outros produtos midiáticos. Ademais mantinha-se em atividade ao longo do desenvolvimento desta pesquisa;
- **Podcast Difusora Pantanal (rádio Difusora Pantanal):** incluído por ser o único originalmente produzido em formato de podcast entre as emissoras de rádio locais. A pesquisa exploratória identificou que as

demais emissoras não produzem conteúdos originais em formato de podcast, mas apenas recortam trechos da programação tradicional e os disponibilizam em plataformas digitais.

- **Podcast Correio Rural (jornal Correio do Estado):** selecionado por se tratar do único podcast jornalístico ativo no ligado a um veículo do segmento impresso;
- **Podcast Agro Clima (Canal do Boi):** incluído por representar o setor televisivo. A escolha se deu por ser o mais antigo em produção ativa.

Em Dourados, a seleção também buscou contemplar a diversidade de suportes e a relevância histórica dos produtos, seguindo os mesmos critérios metodológicos já explicitados:

- **Saiba + Dourados (site Notícias de Dourados):** escolhido com base no episódio mais antigo disponível, critério que assegura a identificação;
- **Saúde e Bem-Estar (rádio Grande FM 92,1):** vinculado a uma emissora de rádio da cidade. O episódio escolhido também foi o mais antigo dentro do recorte temporal.

A escolha desse conjunto buscou garantir equilíbrio entre diferentes plataformas (sites, rádio, impresso e televisão), além de assegurar diversidade temporal e de formatos. A análise de conteúdo considerou os seguintes aspectos:

- **Gênero jornalístico (Melo, 2016)** - informativo (vigilância social); opinativo (fórum de ideias); interpretativo (papel educativo e esclarecedor); diversional (distração e lazer); utilitário (auxílio em decisões cotidianas). Essa classificação permite identificar o gênero praticado em cada episódio, conforme a intenção comunicativa, e está alinhada aos objetivos da pesquisa de verificar práticas jornalísticas nos podcasts;
- **Temas abordados (política, cultura, meio ambiente, entre outros)** – possibilitam identificar o foco temático das produções e a relevância social dos assuntos tratados, aspecto essencial para compreender a função social do jornalismo regional;

- **Presença de fontes jornalísticas ou referências locais** – permite verificar a aplicação de métodos jornalísticos clássicos, como checagem e entrevistas, além de identificar elementos de regionalismo no conteúdo;
- **Estilo de linguagem e estrutura narrativa** – possibilita avaliar se a linguagem segue o padrão informativo do jornalismo ou adota outros estilos. A análise inclui a presença de título, lead e complementos;
- **Frequência de temas regionais** – permite aferir a adesão dos podcasts às pautas locais, aspecto central em uma pesquisa sobre jornalismo regional. Também possibilita avaliar a contribuição para o debate público no estado.
- **Técnicas de edição empregadas** – possibilitam observar a qualidade técnica e os recursos de produção, fatores que influenciam a compreensão e a credibilidade da informação transmitida.
- **Clichês e estereótipos regionais** – permite identificar construções ideológicas explícitas ou implícitas, bem como a reprodução de estereótipos ou preconceitos nos discursos analisados.

As unidades de análise foram definidas com base nos episódios selecionados e consistiram em palavras-chave, expressões, frases ou temas recorrentes. A contagem sistemática dessas unidades permitiu a construção de um estudo de frequência, possibilitando uma descrição das narrativas. A análise qualitativa, por sua vez, seguiu os princípios da inferência interpretativa, voltada à identificação de sentidos não explícitos nos conteúdos. Conforme Bardin (1977, p. 115), embora a análise qualitativa não dependa de grandes volumes de dados numéricos, ela demanda atenção metodológica redobrada na seleção de indicadores relevantes, a fim de evitar a supervalorização de elementos pouco significativos ou a omissão de conteúdos essenciais.

A análise qualitativa apresenta certas características particulares: válida, sobretudo, na elaboração das deduções específicas sobre um acontecimento ou uma variável de inferência precisa, e não em inferências gerais. Pode funcionar sobre corpus reduzidos e estabelecer categorias mais discriminantes, visto não estar ligada, enquanto análise quantitativa, a categorias que dêem lugar a frequências, suficientemente elevadas, para que os cálculos se tornem possíveis. Levanta problemas ao nível da pertinência dos índices retidos, visto que selecciona estes índices sem tratar exaustivamente todo o conteúdo, existindo o perigo de elementos importantes serem

deixados de lado, ou de elementos não significativos serem tidos em conta. (Bardin, 1977, p. 115).

As categorias analíticas foram construídas ao longo da análise, de forma emergente, à medida que o material empírico era examinado. Ainda que não tenham sido previamente delimitadas, foi possível antecipar alguns eixos temáticos recorrentes, como: uso de fontes jornalísticas, duração dos episódios, estratégias de construção narrativa, presença de regionalismo e abordagem temática. A análise contemplou tanto o conteúdo manifesto quanto o conteúdo latente, buscando apreender os sentidos produzidos e suas implicações sociais.

A integração entre as abordagens quantitativa e qualitativa possibilitou uma compreensão mais abrangente do fenômeno. A codificação e tabulação dos dados de frequência permitiram o cálculo de percentuais e a caracterização geral dos podcasts. Já a análise qualitativa resultou em interpretações estruturadas, com os dados organizados em textos narrativos, quadros e matrizes explicativas. Essas interpretações foram posteriormente relacionadas ao referencial teórico adotado, por meio de estratégias como o emparelhamento (comparação com modelos teóricos) e a construção iterativa de explicações.

O processo de interpretação foi orientado pela relevância dos dados e pela coerência com os objetivos da pesquisa. A seleção dos indicadores foi guiada por critérios metodológicos e teóricos, buscando mitigar o risco de interpretações enviesadas. A adoção de uma abordagem mista, combinando rigor estatístico e profundidade analítica, permitiu uma leitura crítica da produção de podcasts jornalísticos em Mato Grosso do Sul. O planejamento antecipado das etapas de análise mostrou-se fundamental para a elaboração dos resultados obtidos.

4.2 - Podcasts nas mesorregiões de Mato Grosso do Sul

Durante o mapeamento realizado nesta pesquisa, foram identificados 53 podcasts, contemplando uma diversidade ampla de temáticas, formatos e abordagens. Esses produtos refletem diferentes intenções editoriais e origens institucionais, indo desde iniciativas ligadas a veículos de imprensa tradicionais até produções independentes e produtos feitos a partir de instituições.

A organização não apenas oferece uma visualização mais clara do cenário de podcasts no estado, como também permite inferências sobre a concentração da produção em determinadas cidades, a presença (ou ausência) de vínculos institucionais e a distribuição temática dos programas. Com o objetivo de sistematizar e facilitar a compreensão dos dados coletados, foi elaborada uma Quadro classificatória, estruturada a partir de três eixos principais:

- **Cidade** — categorizando os podcasts conforme os quatro municípios mais populosos de cada mesorregião do estado de Mato Grosso do Sul: Campo Grande (Centro-Norte), Dourados (Sudoeste), Corumbá (Pantaneais) e Três Lagoas (Leste);
- **Vínculo** — indicando se o podcast está associado a algum veículo de imprensa, instituição pública, entidade privada ou se trata de uma produção independente, desvinculada de organizações formais;
- **Nomes dos podcasts** — listagem completa dos títulos identificados durante a etapa de mapeamento.

Mapeamento dos podcasts de Mato Grosso do Sul - 2023 a 2024		
Cidades	Vínculos	Podcasts
Campo Grande	Campo Grande News (site)	- BCast - Não sei Nada da Vida - Na Íntegra - Epimania
Campo Grande	Midiamax (site)	PodRir MS
Campo Grande	UFMS (institucional)	- Pod Isso? - Tá na Rua?
Campo Grande	Rede Educativa MS (rádio)	- Rádio Livre - Na cadeira do DJ

		- Nossa música é assim - O assunto é cinema - Xaymaca Reggae - Sala de Jazz
Campo Grande	MS Conecta (site)	#MS Cast
Campo Grande	O Estado (jornal impresso)	Fala Beca
Campo Grande	Canal do Boi (televisão)	- Agro Clima - Agro Dinheiro - Sessão de Cinema
Campo Grande	Correio do Estado (jornal impresso e site)	Podcast Correio Rural
Campo Grande	Morena FM (rádio)	- Visão de Negócio - Música e Vinho - Frequência Empreendedora
Campo Grande	Primeira Página (site)	Na Língua do PP
Campo Grande	Difusora Pantanal (rádio)	Podcast Difusora Pantanal
Campo Grande	UEMS (institucional)	- Papo de Ciência - UEMS Cast
Campo Grande	TJMS (institucional)	Mérito de Questão
Campo Grande	Famasul	Giro Rural

	(institucional)	
Campo Grande	Sebrae-MS (institucional)	Pod Crescer
Campo Grande	Governo de MS (institucional)	- #Eu Sou MS Podcast - Sed Cast
Campo Grande	FCL-MS (institucional)	FCLMS / Ágora
Campo Grande	Não pertence a veículo de imprensa	Mulheres de 50
Campo Grande	Não pertence a veículo de imprensa	Matula Podcast
Campo Grande	Não pertence a veículo de imprensa	Torna-se
Campo Grande	Não pertence a veículo de imprensa	Novo Cast Podcast
Campo Grande	Não pertence a veículo de imprensa	Arquibancast MS
Campo Grande	Não pertence a veículo de imprensa	Podcast com Negócios
Campo Grande	Não pertence a veículo de imprensa	Eita Pega Podcast
Campo Grande	Não pertence a veículo de imprensa	Tá na Rua
Campo Grande	Não pertence a veículo de imprensa	Ater Cast
Campo Grande	Não pertence a veículo	Mato Games

	de imprensa	
Campo Grande	Não pertence a veículo de imprensa	Agrociência Podcast
Campo Grande	Não pertence a veículo de imprensa	Vórtice Literário
Dourados	Notícias de Dourados (site)	Saiba + Dourados
Dourados	Rádio Grande FM 92,1 (rádio)	- Grande FM Rural - Saúde & Bem-estar - Grandes Fatos - Grandes Esportes
Corumbá	Não pertence a veículo de imprensa	Papo e Tereré
Corumbá	Não pertence a veículo de imprensa	Ala Voti Podcast
Três Lagoas	Não pertence a veículo de imprensa	Pod Téras
Três Lagoas	Não pertence a veículo de imprensa	Alô Três Lagoas

4.3 - Análise descritiva dos podcasts da mesorregião de Campo Grande

Podcast 1 - Bcast	
Nome do podcast	BCast
Descrição geral	“O podcast do Lado B, do Campo

Podcast 1 - Bcast	
	Grande News”.
Quantidade total de episódios	De janeiro a novembro de 2023, foram disponibilizados 18 episódios no Spotify e 9 no portal.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	Entre 28” e 50”
Empresa ou instituição responsável	Campo Grande News
Periodicidade	Três vezes ao mês
Situação atual	Descontinuado
Formato	Os episódios disponibilizados no Spotify são apenas em áudio. Já os publicados no próprio portal são audiovisuais.
Temática principal	Entretenimento
Apresentador (<i>host</i>)	Jornalistas Samuel Isidoro e Suzana Servian

Podcast 2 - Não Sei Nada da Vida	
Nome do podcast	Não Sei Nada da Vida

Descrição geral	Helena Fernandes e Anna Abreu, ambas com 18 anos, decidiram transformar suas dúvidas e curiosidades sobre a vida em um projeto acessível e próximo da juventude: o podcast "Não Sei Nada da Vida", no Lado B."
Quantidade total de episódios	13 episódios publicados entre setembro e dezembro de 2024
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	Entre 25" e 42"
Empresa ou instituição responsável	Campo Grande News
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Descontinuado
Formato	São podcasts de entrevistas, audiovisuais e disponibilizados no próprio portal.
Temática principal	Geração Z
Apresentador (<i>host</i>)	Estudantes Helena Fernandes e Anna Abreu

Podcast 3 - Na Íntegra

Nome do podcast	Na Íntegra
Descrição geral	Não possui descrição

Quantidade total de episódios	28 episódios publicados entre maio e novembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	Entre 26'' e 1h e 28''
Empresa ou instituição responsável	Campo Grande News
Periodicidade	Quinzenal
Situação atual	Com atividade em 2025.
Formato	São podcasts de entrevistas, audiovisuais e disponibilizados no próprio portal.
Temática principal	Assuntos gerais, de política a meio ambiente.
Apresentador (<i>host</i>)	Jornalistas: Glaura Villalba, Milena Fraiha, Gabriela Couto, Lucas Mamédio, Maristela Brunetto, Ângela Kempfer e Bruna Marques.

Podcast 4 - Epimania

Nome do podcast	Epimania
-----------------	----------

Descrição geral	Não possui descrição
Quantidade total de episódios	19 episódios publicados entre agosto e dezembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	Entre 35'' e 59''.
Empresa ou instituição responsável	Campo Grande News
Periodicidade	Quinzenal
Situação atual	Com atividade em 2025.
Formato	São podcasts de entrevistas, audiovisuais e disponibilizados no próprio portal.
Temática principal	Entretenimento e cultura.
Apresentador (<i>host</i>)	Jornalistas Lucas Mamédio e Gabi Cenciareli.

Podcast 5 - PodRir MS

Nome do podcast	PodRir MS
-----------------	-----------

Descrição geral	“Aqui rir é liberado! Podcast exclusivo para se divertir com nossos convidados”.
Quantidade total de episódios	56 episódios, publicados no Spotify e YouTube entre janeiro de 2023 e dezembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	Entre 30” e 1h30”
Empresa ou instituição responsável	Midiamax
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Com atividade em 2025.
Formato	Podcast de entrevista e no formato audiovisual. Alguns episódios são disponibilizados no Spotify e todos foram publicados no YouTube.
Temática principal	Humor
Apresentador (<i>host</i>)	Jornalista Alex Figueiredo

Podcast 6 - Rádio Livre

Nome do podcast	Rádio Livre
-----------------	-------------

Descrição geral	Programa de entrevista da Rádio da Rede Educativa MS.
Quantidade total de episódios	209 episódios, publicados entre 2023 e 2024.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	De 20'' a 50''
Empresa ou instituição responsável	Rede Educativa MS
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Com atividade em 2025.
Formato	Recorte das entrevistas semanais do jornal da Rede Educativa e empacotamento como podcast, no Spotify.
Temática principal	Programa de entrevistas variadas.
Apresentador (<i>host</i>)	Jornalistas da Rede Educativa MS.

Podcast 7 - Na Cadeira com DJ

Nome do podcast	Na Cadeira com DJ
-----------------	-------------------

Descrição geral	Programa que ia ao ar na Rádio Educativa MS nas segundas, terças e quartas. No Spotify é arquivado como podcast, mas sem diferenciação.
Quantidade total de episódios	144 episódios, publicados de janeiro de 2023 a julho de 2024.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	Entre 50" e 1h.
Empresa ou instituição responsável	Rede Educativa MS
Periodicidade	Publicada três vezes na semana.
Situação atual	Com atividade em 2025
Formato	Entrevista apenas em áudio, disponibilizados no Spotify como podcast.
Temática principal	Cultura e música.
Apresentador (<i>host</i>)	Os músicos Celito Espíndola e Gilson Espíndola e o jornalista Daniel Rockenbach.

Podcast 8 - Nossa Música é Assim

Nome do podcast	Nossa Música é Assim
-----------------	----------------------

Descrição geral	Programa que vai ao ar uma vez na semana na Rádio Educativa MS.
Quantidade total de episódios	89 episódios, publicados de janeiro de 2023 a dezembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	Entre 50' e 56''
Empresa ou instituição responsável	Rede Educativa MS
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Com atividade em 2025
Formato	Programa de entrevistas reempacotado da programação da Rádio Educativa MS, disponibilizado em áudio no Spotify.
Temática principal	Música
Apresentador (<i>host</i>)	Cantor e compositor ZéDu

Podcast 9 - O assunto é cinema

Nome do podcast	O Assunto é Cinema
-----------------	--------------------

Descrição geral	Programa que ia ao ar uma vez na semana na Rádio Educativa MS.
Quantidade total de episódios	39 episódios, disponibilizados no Spotify.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	De 1h50'' a 1h58''.
Empresa ou instituição responsável	Rede Educativa MS
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Com atividade em 2025
Formato	Programa com críticas, resenhas e crônicas de produtos audiovisuais, como filmes e games, além de incluir músicas que tocam na programação da Rádio Educativa MS. Programa de rádio transposto para o Spotify, com o título de podcast.
Temática principal	Cinema
Apresentador (<i>host</i>)	Apresentado por Clayton Sales e com colaboração de Daniel Rockenbach.

Podcast 10 - Xamayca Reggae

Nome do podcast	Xamayca Reggae
-----------------	----------------

Descrição geral	“O programa Xamayca Reggae traz o melhor do Reggae pelo mundo para os ouvintes”.
Quantidade total de episódios	3 episódios, publicados de janeiro a junho de 2023.
Local de produção	Campo Grande.
Tempo médio de duração	2h a 2h10”
Empresa ou instituição responsável	Rede Educativa MS
Periodicidade	Publicado por bimestre.
Situação atual	Descontinuado
Formato	Programa de rádio transposto para o Spotify, com o título de podcast.
Temática principal	Música, reggae.
Apresentador (<i>host</i>)	Apresentador Rasdair da Mata

Podcast 11 - Sala de Jazz

Nome do podcast	Sala de Jazz
-----------------	--------------

Descrição geral	Programa da Rádio Educativa MS que vai ao Spotify como recorte da programação.
Quantidade total de episódios	2 episódios, publicados entre janeiro e abril de 2023.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	57"
Empresa ou instituição responsável	Rede Educativa MS
Periodicidade	Bimestral
Situação atual	Descontinuado
Formato	Programa de rádio transposto para o Spotify, com o título de podcast.
Temática principal	Música, jazz.
Apresentador (<i>host</i>)	Apresentador Clayton Sales.

Podcast 12 - #MS Cast

Nome do podcast	#MS Cast
-----------------	----------

Descrição geral	“Entrevistas com personalidades, autoridades e profissionais de diversas áreas de atuação do estado de MS. Bate-papos sobre política, economia, desenvolvimento, sociedade, empreendedorismo, gastronomia, comportamento e outros assuntos, conduzidos de forma descontraída pela nossa equipe”.
Quantidade total de episódios	11 episódios, disponibilizados de novembro de 2023 a setembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	37” a 52” de duração.
Empresa ou instituição responsável	MS Conecta
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Com atividade em 2025
Formato	Programa de entrevista, audiovisual e disponibilizado no YouTube.
Temática principal	Política.
Apresentador (host)	Jornalistas Ogg Ibrahim e Wendel Reis.

Podcast 13 - Fala Beca

Nome do podcast	Fala Beca
-----------------	-----------

Descrição geral	“Um bate-papo semanal de quinta sobre literatura, artes e afins, com apresentação de Beca Casal e José Carlos Lima (Zee). Este podcast é produzido em parceria com o jornal O Estado de Mato Grosso do Sul”.
Quantidade total de episódios	1 episódio, divulgado em fevereiro de 2024.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	1h e 33”
Empresa ou instituição responsável	O Estado de Mato Grosso do Sul
Periodicidade	Foi uma temporada de apenas um episódio.
Situação atual	Descontinuado
Formato	Podcast em áudio, com entrevista e disponibilizado no Spotify.
Temática principal	Cultura
Apresentador (<i>host</i>)	Comunicadores Beca Casal e José Carlos Lima.

Podcast 14 - Agro Clima

Nome do podcast	Agro Clima
-----------------	------------

Descrição geral	“Bem-vindo (a) ao primeiro podcast do Canal do Boi, o AgroClima. Diariamente você acompanha por aqui a previsão do tempo para a sua região”.
Quantidade total de episódios	467 episódios, publicados de janeiro de 2023 a dezembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande.
Tempo médio de duração	58’ a 2”
Empresa ou instituição responsável	Canal do Boi
Periodicidade	Diário
Situação atual	Com atividade em 2025
Formato	Em áudio, um boletim com as informações climáticas e publicado no Spotify.
Temática principal	Clima e Agronegócio.
Apresentador (<i>host</i>)	Anne Gladstone.

Podcast 15 - Agro Dinheiro

Nome do podcast	Agro Dinheiro
-----------------	---------------

Descrição geral	“Bem-vindo (a) ao podcast AgroDinheiro, com Fabiano Reis, do Canal do Boi e Agro Canal. Aqui você acompanha as principais informações do fechamento de mercado financeiro, do boi, soja, milho e entrevistas com convidados especiais, além das expectativas para o próximo dia”.
Quantidade total de episódios	248 episódios, publicados de janeiro de 2023 a novembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande.
Tempo médio de duração	De 2’ a 13”.
Empresa ou instituição responsável	Canal do Boi
Periodicidade	Diário
Situação atual	Com atividade em 2025
Formato	Boletim em áudio sobre informações, com entrevista e publicado no Spotify.
Temática principal	Economia e Agronegócio
Apresentador (<i>host</i>)	Jornalista Fabiano Reis.

Podcast 16 - Sessão de Cinema

Nome do podcast	Sessão de Cinema
-----------------	------------------

Descrição geral	“O Canal do Boi e o Agro Canal ligam suas telas e exibem grandes clássicos do cinema mundial, além de diversos documentários. Se você curte assistir bons conteúdos, separe a pipoca, pegue o controle da sua TV e divirta-se!”.
Quantidade total de episódios	170 episódios, publicados de janeiro a dezembro de 2023.
Local de produção	Campo Grande.
Tempo médio de duração	2”
Empresa ou instituição responsável	Canal do Boi
Periodicidade	Duas vezes por semana
Situação atual	Descontinuado
Formato	Boletim em áudio, que fala sobre os filmes que vão passar no Canal do Boi durante a madrugada, disponibilizado no Spotify como podcast.
Temática principal	Cinema.
Apresentador (<i>host</i>)	Isadora Prado.

Podcast 17 - Podcast Correio Rural

Nome do podcast	Podcast Correio Rural
-----------------	-----------------------

Descrição geral	“As notícias do agro, política, economia e muito mais”.
Quantidade total de episódios	98 episódios, publicados de janeiro de 2023 a dezembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande.
Tempo médio de duração	Entre 2” a 9” de duração.
Empresa ou instituição responsável	Correio do Estado
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Com atividade em 2025
Formato	Boletim em áudio, publicado como podcast no Spotify.
Temática principal	Agronegócio.
Apresentador (<i>host</i>)	Jornalista do jornal, não há um <i>host</i> fixo.

Podcast 18 - Visão de Negócio

Nome do podcast	Visão de Negócio
Descrição geral	“Dijan de Barros entrevista empresários

	e profissionais de sucesso sobre gestão, negócio e inovação”.
Quantidade total de episódios	99 episódios, de janeiro de 2023 a dezembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	28’ a 35’ de duração
Empresa ou instituição responsável	Morena FM
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Com atividade em 2025
Formato	Programa de entrevista em áudio, veiculado na programação da rádio e disponibilizado como podcast no Spotify.
Temática principal	Negócios
Apresentador (<i>host</i>)	Empresário Dijan de Barros.

Podcast 19 - Música e Vinho

Nome do podcast	Música e Vinho
Descrição geral	“Novidades e Curiosidades sobre o mundo do vinho”.

Quantidade total de episódios	438 episódios, de janeiro de 2023 a setembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande.
Tempo médio de duração	4' a 7' de duração.
Empresa ou instituição responsável	Morena FM
Periodicidade	Diário
Situação atual	Descontinuado
Formato	Boletim da programação da rádio apenas em áudio e que é disponibilizado no Spotify com uma música ao fim do episódio.
Temática principal	Gastronomia
Apresentador (<i>host</i>)	Sommeliers, que não são fixos.

Podcast 20 - Frequência Empreendedora

Nome do podcast	Frequência Empreendedora
Descrição geral	“Dicas e insights poderosos para transformar seu negócio ou iniciar um

	empreendimento de sucesso? Você adquire no podcast frequência empreendedora, uma iniciativa do Sebrae e produção da Morena FM”.
Quantidade total de episódios	17 episódios, agosto de 2023 a novembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	6’ a 32’ de duração.
Empresa ou instituição responsável	Morena FM
Periodicidade	Mensal
Situação atual	Descontinuado
Formato	Programa de entrevista em áudio, feito para programação e colocado no Spotify como podcast.
Temática principal	Empreendedorismo
Apresentador (<i>host</i>)	Jornalista Alexandre Cabral.

Podcast 21 - Na Língua do PP

Nome do podcast	Na Língua do PP
Descrição geral	Não tem descrição fixa.

Quantidade total de episódios	20 episódios, publicados de maio a novembro de 2024.
Local de produção	Campo Grande
Tempo médio de duração	De 39' a 1h04' duração
Empresa ou instituição responsável	Primeira Página
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Ativo
Formato	Programa de entrevista, audiovisual e publicado no YouTube.
Temática principal	Entretenimento.
Apresentador (<i>host</i>)	Jornalistas Liniker Ribeiro e Renata Fontoura.

Podcast 22 - Podcast Difusora Pantanal

Nome do podcast	Podcast Difusora Pantanal
Descrição geral	Não tem descrição geral

Quantidade total de episódios	62 episódios, publicados entre maio e julho de 2024.
Local de produção	Campo Grande.
Tempo médio de duração	Entre 25' e 2h55'
Empresa ou instituição responsável	Difusora Pantanal
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Descontinuado
Formato	Programa de entrevista, com bate-papo disponibilizado em formato audiovisual no YouTube.
Temática principal	Música e entretenimento.
Apresentador (<i>host</i>)	Radialistas Aldeia e a Cris Arruda.

4.3.1- Podcasts jornalísticos na mesorregião de Campo Grande

Na mesorregião de Campo Grande, observou-se uma diversificação significativa na adoção do formato podcast por diferentes tipos de mídia, sites jornalísticos, emissoras de televisão, rádios e veículos impressos. Entre os veículos que se destacam estão Campo Grande News, Midiamax, Rede Educativa MS, MS Conecta, O Estado, Correio do Estado, Canal do Boi, Morena FM, Primeira Página e Difusora Pantanal. A presença desse conjunto de veículos demonstra que o podcast integra a estratégia de comunicação das empresas jornalísticas. Os temas abordados variam entre o agronegócio, o cotidiano, cultura, segurança pública e empreendedorismo.

A partir do mapeamento, foi possível evidenciar a coexistência de dois modelos principais de produção: de um lado, podcasts de entrevistas, planejados para o formato digital; de outro, programas derivados de mídias tradicionais, que passam a ser disponibilizados nas plataformas de streaming sob a etiqueta de “podcast”. Esse

fenômeno sugere uma apropriação estratégica do termo, em alguns casos mais associada à distribuição multiplataforma do que à adoção plena das características próprias da mídia. A migração de conteúdos para *Spotify* e *YouTube*, além da publicação em sites dos próprios veículos, reforça a lógica de convergência midiática, na qual diferentes produtos circulam em ecossistemas digitais integrados.

Quanto à permanência e descontinuidade, o mapeamento identificou que, embora 14 programas seguissem ativos em 2025, oito haviam sido interrompidos, a exemplo do podcast Fala Beca, do jornal O Estado de Mato Grosso do Sul, que foi cancelado após apenas um episódio. Quanto à periodicidade, constata-se variações de edições diárias a mensais.

Outro aspecto relevante diz respeito à autenticidade do produto oferecido. A exemplo das emissoras Rádio Educativa MS e Morena FM, parte dos programas disponibilizados se configura como simples recortes de transmissões radiofônicas, em alguns casos acompanhados por faixas musicais originalmente veiculadas. Essa prática reforça a ideia de que, em determinados contextos, o podcast funciona menos como inovação editorial e mais como extensão de conteúdos já existentes, atendendo sobretudo à lógica de presença digital e de manutenção de audiência em plataformas de *streaming*.

Do ponto de vista da forma narrativa, não foram identificadas produções locais que explorem o podcast jornalístico em formato de *storytelling*. Os conteúdos se concentram em entrevistas ou em formatos próximos à reportagem tradicional, com a inclusão de falas e citações diretas de fontes. A ausência de narrativas mais elaboradas indica que, na região, o podcast é compreendido principalmente como um canal de registro e difusão de informação, e não como espaço de experimentação estética.

A duração dos episódios também se mostra um indicador da diversidade de concepções sobre o formato. Enquanto alguns programas ultrapassam duas horas, aproximando-se de programas de entrevista extensiva, outros apresentam registros de apenas um minuto, reproduzindo a lógica dos boletins jornalísticos. Foi possível destacar que a apresentação é majoritariamente conduzida por jornalistas, comunicadores e radialistas.

4.4 - Análise descritiva dos podcasts da mesorregião de Dourados

Podcast 23 - Saiba + Dourados	
Nome do podcast	Saiba + Dourados
Descrição geral	Não tem descrição geral.
Quantidade total de episódios	79 episódios, publicados de junho a novembro de 2023.
Local de produção	Dourados
Tempo médio de duração	Entre 30' e 2h30'
Empresa ou instituição responsável	Jornal Notícias de Dourados
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Descontinuado
Formato	Programa de entrevista audiovisual disponibilizado no YouTube.
Temática principal	Assuntos variados
Apresentador (<i>host</i>)	Jornalistas Charles Aparecido e Elisa Lorini.

Podcast 24 - Grande FM Rural	
Nome do podcast	Grande FM Rural

Descrição geral	“Conteúdos incríveis, produzidos exclusivamente para os ouvintes do Podcast Grande FM. Notícias, música, esportes e informação de qualidade, selecionados por nossos produtores de conteúdo. Grande FM: Com você, onde você estiver! Dourados - MS”
Quantidade total de episódios	16 episódios, publicados de agosto de 2023 a março de 2024.
Local de produção	Dourados
Tempo médio de duração	Entre 16’ e 30”
Empresa ou instituição responsável	Grande FM 92,1
Periodicidade	Semanal
Situação atual	Com atividade em 2025
Formato	Programa em áudio com locutor que não é apresentado e chama trechos de entrevistas, além de trazer informações em um boletim estruturado no Spotify.
Temática principal	Agronegócio
Apresentador (<i>host</i>)	Não especificam quem apresenta.

Podcast 25 - Saúde & Bem-estar

Nome do podcast	Saúde & Bem-estar
-----------------	-------------------

Descrição geral	“Conteúdos incríveis, produzidos exclusivamente para os ouvintes do Podcast Grande FM. Notícias, música, esportes e informação de qualidade, selecionados por nossos produtores de conteúdo. Grande FM: Com você, onde você estiver! Dourados - MS”
Quantidade total de episódios	26 episódios, encontrados de janeiro de 2023 e dezembro de 2024.
Local de produção	Dourados
Tempo médio de duração	Entre 12' a 30”
Empresa ou instituição responsável	Grande FM 92,1
Periodicidade	Quinzenal
Situação atual	Com atividade em 2025
Formato	Programa em áudio com locutor que não é apresentado e chama trechos de entrevistas, além de trazer informações em um boletim estruturado no Spotify.
Temática principal	Saúde e Bem-estar
Apresentador (<i>host</i>)	Não especificam quem apresenta.

Podcast 26 - Grandes Fatos

Nome do podcast	Grandes Fatos
-----------------	---------------

Descrição geral	“Conteúdos incríveis, produzidos exclusivamente para os ouvintes do Podcast Grande FM. Notícias, música, esportes e informação de qualidade, selecionados por nossos produtores de conteúdo. Grande FM: Com você, onde você estiver! Dourados - MS”
Quantidade total de episódios	13 episódios, de fevereiro de 2023 a novembro de 2024.
Local de produção	Dourados
Tempo médio de duração	Entre 18' e 33'
Empresa ou instituição responsável	Grande FM 92,1
Periodicidade	Quinzenal
Situação atual	Descontinuado
Formato	Programa em áudio com locutor que não é apresentado e chama trechos de entrevistas, além de trazer informações em um boletim estruturado no Spotify.
Temática principal	Assuntos diversos
Apresentador (<i>host</i>)	Não especificam quem apresenta.

Podcast 27 - Grandes Esportes

Nome do podcast	Grandes Esportes
-----------------	------------------

Descrição geral	“Conteúdos incríveis, produzidos exclusivamente para os ouvintes do Podcast Grande FM. Notícias, música, esportes e informação de qualidade, selecionados por nossos produtores de conteúdo. Grande FM: Com você, onde você estiver! Dourados - MS”
Quantidade total de episódios	10 episódios, publicados entre fevereiro e junho de 2024.
Local de produção	Dourados
Tempo médio de duração	Entre 15' e 25' de duração.
Empresa ou instituição responsável	Grande FM 92,1
Periodicidade	Quinzenal
Situação atual	Descontinuado
Formato	Programa em áudio com locutor que não é apresentado e chama trechos de entrevistas, além de trazer informações em um boletim estruturado no Spotify.
Temática principal	Esportes
Apresentador (<i>host</i>)	Não especificam quem apresenta

4.4.1 Podcasts jornalísticos na mesorregião de Dourados

Na cidade de Dourados, foram identificados podcasts jornalísticos vinculados a dois veículos de imprensa: o site Notícias de Dourados e a rádio Grande FM 92,1. Embora ambos utilizem o mesmo rótulo de “podcast”, a análise evidencia diferenças significativas nas estratégias editoriais e nas formas de apropriação do formato.

No caso do Notícias de Dourados, os episódios apresentavam estrutura centrada em entrevistas com empreendedores locais, articuladas a práticas de promoção comercial, como sorteios realizados em parceria com patrocinadores. Os conteúdos eram conduzidos por jornalistas, e os entrevistados eram convidados a compartilhar trajetórias pessoais e empresariais. A duração dos episódios variava entre 30 minutos e mais de duas horas, sempre mantendo o foco em pequenos negócios, iniciativas empreendedoras e serviços de interesse comunitário. Apesar de revelar um esforço de valorização do empreendedorismo local, o programa foi descontinuado.

A Grande FM 92,1, por sua vez, adota uma estratégia distinta: todos os podcasts disponíveis no *Spotify* são recortes de programas originalmente produzidos para o rádio e, posteriormente, “reempacotados” com o nome de podcast. Essa prática confirma uma tendência já observada em Campo Grande, em que o podcast é utilizado menos como espaço de inovação narrativa e mais como extensão de conteúdos já distribuídos em outras mídias. Os programas abordam temas variados, mas preservam a lógica da segmentação: saúde, esporte, agronegócio e curiosidades.

Um aspecto particular identificado foi a organização dos conteúdos na plataforma: todos os episódios ficam reunidos em uma única aba, diferenciados apenas pelos títulos, sem separação por série ou programa. Essa forma de distribuição, ao mesmo tempo que simplifica o acesso, também pode dificultar a identificação das produções. Dos quatro programas mapeados, dois foram descontinuados e dois permaneciam ativos em 2025.

4.5 - Análises de conteúdos

4.5.1 Análise de conteúdo - Pod.Rir.MS com Batman Cartel, Iago Moraes e Kely Guavira

O episódio foi publicado em 12 de janeiro de 2023 e é o primeiro episódio disponível dentro do recorte temporal desta pesquisa. Coincidentemente, o episódio marca o início da segunda temporada. A produção é audiovisual e disponibilizada no *YouTube*, em forma de entrevista. O *host*, Alex Figueiredo, conduz a entrevista com outras três pessoas ao longo de mais de 1 hora de conversa. O tema central do episódio é a cultura. O programa foi transmitido ao vivo e depois disponibilizado na íntegra na plataforma.

Para melhor interpretação dos dados, segue a análise de conteúdo a partir dos tópicos escolhidos e já explicitados:

Gênero jornalístico

O gênero diversional (Melo, 2016) é predominante no podcast. O próprio nome "Pod.Rir.MS" indica uma intenção de entretenimento. Os convidados são artistas (comediante, produtora cultural e um personagem do Batman). As conversas incluem humor, histórias pessoais e momentos de descontração. Há também piadas e comentários leves, como a observação sobre a idade do apresentador. Também é possível notar tons opinativos, a partir da interpretação dos entrevistados e do apresentador sobre a visão que eles possuem sobre empreender na arte.

Temas abordados

Cultura e artes são os temas centrais, abordando a carreira de artistas locais e os desafios de viver da arte, a produção de shows e eventos. Também há abordagem do empreendedorismo cultural, com a discussão sobre a necessidade de os artistas se tornarem empreendedores, lidando com Cadastros Nacionais de Pessoas Jurídicas (CNPJs), impostos, vendas e parcerias.

Presença de fontes jornalísticas ou referências locais

O podcast é enfático em referências de Campo Grande. São mencionadas diversas figuras e organizações locais. Nomes de empresas locais são citados, além

de personagens específicos da cena do humor da capital de Mato Grosso do Sul. O formato segue como uma conversa com convidados, onde eles compartilham suas experiências, histórias e opiniões. Não há referências a documentos ou dados formais, mas sim relatos pessoais.

Estilo de linguagem e estrutura narrativa

O estilo é informal, conversacional e descontraído, com uso de gírias e expressões coloquiais. É uma linguagem direta. É possível observar uma estrutura narrativa com introdução, desenvolvimento e complementos. O apresentador, Alex Figueiredo, inicia o podcast com saudações, introduzindo o novo horário, os convidados e a equipe. A conversa flui de forma dinâmica, com perguntas e respostas que abordam a trajetória dos artistas, desafios e opiniões. O diálogo se estende a partir de histórias pessoais, anedotas e momentos de interação.

Frequência de temas regionais

O podcast demonstra uma forte adesão às pautas locais e regionais. A maioria dos convidados e tópicos está diretamente ligada a Campo Grande e Mato Grosso do Sul, com foco na cena artística e cultural da região. Há uma preocupação explícita em valorizar e impulsionar os talentos locais, buscando quebrar paradigmas sobre o reconhecimento dos artistas regionais. Isso contribui para o debate público sobre a importância do apoio à cultura e ao empreendedorismo artístico no estado.

Técnicas de edição empregadas

O podcast possui vinheta de entrada e saída, além do apoio de bases para fixar os nomes dos entrevistados.

Clichês e estereótipos regionais

O episódio é marcado pela visão dos artistas sobre o mercado cultural. Também são abordados temas específicos da vida dos comediantes, dando a entender que os entrevistados estão ali na conversa para desmentir alguns senso comuns ligados à área.

O episódio denota também que empreendedorismo deve ser uma ferramenta de persistência. A ideia é de que artistas devem ser empresários e que a persistência

é chave, mesmo após falhas são apresentadas ao longo das discussões. Outro ponto importante abordado no podcast é o pedido pela união da classe artística. Os entrevistados fazem uma espécie de apelo para que os artistas se unam para fortalecer a cena local.

4.5.2 - Análise de conteúdo - PODCAST DIFUSORA PANTANAL #001 - Dudu Nobre

O episódio foi publicado em 12 de março de 2023 e é o primeiro episódio disponível dentro do recorte temporal desta pesquisa. O episódio marca a estreia do podcast da rádio Difusora Pantanal. A produção é audiovisual e disponibilizada no *YouTube*, em forma de entrevista. Os *hosts* Aldeia e Cris Arruda conduzem a entrevista com o cantor Dudu Nobre ao longo de mais de hora de conversa. Um dos diretores da emissora, Robson Gatti, também participa da conversa como um entrevistador.

O tema central é a vida de Dudu Nobre. Há exploração da vida do sambista e as experiências dele ao longo dos 49 anos como temática. O programa acontece em uma varanda, à beira de uma churrasqueira, onde pessoas servem carne e cerveja a todo momento aos *hosts* e convidados. O programa foi transmitido ao vivo e depois disponibilizado na íntegra na plataforma.

Para melhor interpretação dos dados, segue a análise de conteúdo a partir dos tópicos escolhidos e já explicitados:

Gênero jornalístico

O episódio é do gênero diversional (Melo, 2016), voltado para o entretenimento. A característica fica evidente no foco da entrevista ser as narrativas pessoais de Dudu Nobre, que compartilha histórias de infância, anedotas engraçadas e relatos sobre paixões pessoais como churrasco, carros e relógios.

Temas abordados

A conversa é ampla e fluida, muitas vezes os *hosts* do programa não entram como mediadores ou como entrevistadores, poucas vezes fazem perguntas. Os *hosts*

lançam histórias das vidas deles na mesa de podcast, que são comentadas pelos outros, assim por diante. Um dos temas mais abordados é a gastronomia, sobretudo o churrasco, servindo como fio condutor. O assunto é reforçado pela mesa de podcast ser uma mesa de jantar, onde é servido carne e cerveja aos que estão ali participando. O tema permite divagações para outros assuntos, como música e carreira artística, nas quais Dudu Nobre revisita trajetória, fala de turnês internacionais e descreve a recepção da música brasileira em diferentes contextos culturais.

O episódio também traz longos trechos dedicados a automóveis e tecnologia, revelando a paixão do artista por carros de luxo. Outro eixo relevante é o meio ambiente, quando são debatidos o efeito estufa, a crise hídrica e a adoção de energias renováveis, que surgiram a partir da discussão sobre carros. Além disso, surgem momentos em que o convidado fala de sua vida pessoal, da família e de sua trajetória de superação, reforçando o caráter íntimo da conversa.

Presença de fontes jornalísticas e referências locais

A fonte principal do episódio é Dudu Nobre, que atua como narrador e referência. Ainda assim, há diversas ancoragens no contexto regional. Campo Grande e Mato Grosso do Sul são citados repetidamente, assim como cidades como Maracaju e Coxim. Citações de negócios locais, que são patrocinadores do programa, reforçam o vínculo regional. Os apresentadores e diretores da Difusora Pantanal, assim como amigos pessoais de Dudu Nobre, aparecem como vozes complementares no episódio.

Estilo de linguagem e estrutura narrativa

O estilo de linguagem é marcadamente coloquial, com forte uso de gírias, expressões populares, interjeições e exclamações que conferem tom descontraído e íntimo. A estrutura narrativa segue o modelo de entrevista. Após uma breve introdução com a apresentação dos *hosts*, agradecimentos e acolhida do convidado, o programa avança sem linearidade rígida. O churrasco surge como tema inicial e, a partir dele, a conversa se expande para outros tópicos, como carreira, família, meio ambiente e tecnologia. O encerramento retoma a lógica promocional, com agradecimentos, convites para o show de Dudu Nobre e menções a patrocinadores.

Frequência de temas regionais

O episódio revela forte presença de pautas locais e regionais. As menções a Campo Grande, Maracaju e Coxim, aliadas às referências a eventos como o Baile do Havaí e a espaços como a Feira Central, reforçam a centralidade do território na narrativa. A promoção de empreendimentos locais demonstra que o podcast funciona também como vitrine de práticas culturais e negócios da região.

Técnicas de edição empregadas

O programa possui uma estrutura técnica robusta. Há jogo de câmeras, vinheta e sonoplastia. Além de geradores de imagens que aparecem na tela com as marcas patrocinadoras do programa.

Clichês e estereótipos regionais

A conversa reproduz, em alguns momentos, estereótipos e preconceitos, sobretudo relacionados à alimentação, como o estranhamento diante do consumo de alguns tipos de carne. No campo ideológico, destaca-se a ênfase na meritocracia e na superação, já que a trajetória de Dudu Nobre é apresentada como exemplo de ascensão pelo trabalho árduo, persistência e disciplina. Também se evidencia a valorização do esforço individual em contraposição à ideia de sucesso fruto da sorte. A consciência ambiental constitui outro eixo ideológico importante, articulada nas discussões sobre efeito estufa, carros elétricos e mudanças climáticas. Por fim, o regionalismo aparece como valor central, com forte exaltação da cultura e das práticas locais de Mato Grosso do Sul.

4.5.3 - Análise de conteúdo - #359 Agroclima: Temporais podem atingir o Maranhão e Piauí nesta terça

O episódio foi publicado em 2 de janeiro de 2023 e representa o primeiro disponível dentro do recorte temporal desta pesquisa. A produção, em formato de áudio, está disponível no *Spotify*. O programa apresenta um recorte das informações da previsão do tempo veiculadas na televisão pelo Canal do Boi, com uma breve adaptação para o formato sonoro. O episódio não identifica o apresentador e, com duração de 2 minutos, assume o caráter de boletim jornalístico, diferenciando-se

daquilo que seria um podcast jornalístico. O tema central é a previsão do tempo, e a produção é gravada e disponibilizada na plataforma de *streaming*. Por se tratar de um veículo de imprensa voltado ao agronegócio nacional, o conteúdo não concentra-se exclusivamente em Mato Grosso do Sul.

Para melhor interpretação dos dados, segue a análise de conteúdo a partir dos tópicos escolhidos e já explicitados:

Gênero jornalístico

O podcast enquadra-se predominantemente nos gêneros informativo e utilitário (Melo, 2016). O principal objetivo é fornecer a previsão do tempo para regiões específicas, como Maranhão e Piauí, mantendo o público informado sobre fenômenos climáticos. Por ser um boletim diário, reforça a função de vigilância social. O gênero utilitário é possível ser expressado a partir da utilização das informações meteorológicas, que auxiliam diretamente o público-alvo, especialmente o setor agropecuário, na tomada de decisões relacionadas às suas atividades diárias.

Temas abordados

O tema é a previsão do tempo, com foco em condições meteorológicas específicas.

Presença de fontes jornalísticas ou referências locais

Mesmo produzido a partir de Campo Grande, o boletim é direcionado às informações meteorológicas do Maranhão e do Piauí. O programa não detalha a origem das previsões, apenas que o podcast transmite diariamente os dados meteorológicos.

Estilo de linguagem e estrutura narrativa

A linguagem é direta, concisa e objetiva, com tom formal e informativo. Isso é expresso até mesmo pelo tempo de duração do programa. Semelhante a um boletim informativo diário, com título claro, introdução breve, objetivo editorial explícito e chamada para interação. A estrutura prioriza eficiência e clareza, considerando a curta duração.

Frequência de temas regionais

Mesmo não abordando temas locais de Mato Grosso do Sul, é possível compreender que o programa tem regionalidade como uma ancoragem. O conteúdo é adaptado para Maranhão e para o Piauí.

Técnicas de edição empregadas

Apesar de ser breve, o formato diário de 2 minutos faz com que a produção seja concisa, padronizada e automatizada. Há uma vinheta com música para entrada e saída do programa, que chama o boletim de “podcast”.

Clichês e estereótipos regionais

O conteúdo é estritamente factual e objetivo, sem elementos de estereótipos ou preconceitos. A ideologia encontrada é a utilitária, voltada a fornecer informações úteis ao setor agropecuário, auxiliando na tomada de decisões no campo.

4.5.4 - Análise de conteúdo - Podcast Correio Rural #33 Quem são os homens do agro do novo governo

O episódio foi publicado em 5 de janeiro de 2023 e constitui o primeiro disponível dentro do recorte temporal desta pesquisa. A produção, em formato de áudio, está disponível no *Spotify*. O programa apresenta uma espécie de reportagem sobre os novos nomes da política ligados ao setor agropecuário, a partir do início do terceiro mandato do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. O programa é apresentado por Bruno Blecher. Com duração de 6 minutos e 33 segundos, o episódio assume o caráter uma possível reportagem jornalística, com foco no tema central da agropecuária. A produção é gravada e disponibilizada integralmente na plataforma de *streaming*.

Para melhor interpretação dos dados, segue a análise de conteúdo a partir dos tópicos escolhidos e já explicitados:

Gênero jornalístico

O episódio se enquadra predominantemente no gênero informativo (Melo, 2016). É informativo ao apresentar os currículos e trajetórias profissionais dos ministros nomeados para a área do agro no novo governo, cumprindo a função de vigilância social ao informar sobre a composição ministerial.

Temas abordados

O tema central é a agropecuária. Para além da temática, o episódio explana sobre a formação da equipe ministerial ligada ao agronegócio no início do terceiro governo do presidente Luiz Inácio Lula da Silva. Este tópico já é expressado a partir do título do podcast: "Quem são os homens do agro do novo governo". O episódio também aborda a temática de política e economia no contexto do agronegócio e da transição governamental;

Presença de fontes jornalísticas ou referências locais

O podcast não traz entrevistas para o programa. O episódio recolhe informações públicas e generalistas sobre a temática central e explica aos ouvintes. O conteúdo é uma narração do jornalista. Há referências geográficas associadas aos ministros, adicionando um elemento de regionalismo aos currículos, mas sem abordar pautas regionais específicas.

Estilo de linguagem e estrutura narrativa

O estilo de linguagem é claro, objetivo e formal. Predomina a exposição de fatos e dados biográficos, com pontuais comentários avaliativos do jornalista. A estrutura narrativa do episódio segue uma lógica organizada. Apresenta claramente o objetivo, dando ênfase aos currículos dos personagens citados. No encerramento, o *host* se apresenta e fala o nome do veículo de imprensa.

Frequência de temas regionais

Apesar dos vínculos regionais dos ministros (Carlos Fávaro – Mato Grosso; Paulo Teixeira – São Paulo; André de Paula – Pernambuco), o episódio concentra-se na composição do governo federal e nos ministérios de âmbito nacional. A regionalidade aparece apenas como parte das trajetórias biográficas, sem aprofundamento em pautas locais ou debates públicos de suas regiões de origem.

Técnicas de edição empregadas

O programa é compacto, prioriza concisão e ritmo na apresentação das informações. Há uma trilha que acompanha todo episódio, além de vinheta de entrada, saída e transição.

Clichês e estereótipos regionais

Não há estereótipos ou preconceitos explícitos, mas existe uma perspectiva ideológica implícita sobre o perfil ideal para os cargos. Comentários indicam preferências do jornalista. A avaliação reflete uma ideologia de gestão governamental que valoriza a tecnicidade sobre filiação política ou experiência mais ampla, posicionando a análise do narrador como central à presença de ideologias.

4.5.5 - Análise de conteúdo - Podcast Saúde e Bem-estar (Grande FM 92,1): Os Pacientes Costumam Apresentar Toques Repetitivos, Que Podem Ser Motores e Vocais

O episódio foi publicado em 11 de janeiro de 2023 e constitui o primeiro disponível dentro do recorte temporal desta pesquisa. A produção está em formato de áudio e é disponibilizada no *Spotify*. O programa consiste em um recorte de um quadro de rádio, apresentado na plataforma como um “podcast”. O episódio tem duração de pouco mais de 20 minutos. Não há indicação sobre a origem das fontes utilizadas nem sobre a identidade do *host*. O tema central é saúde e bem-estar, com enfoque específico na Síndrome de Tourette. A produção é gravada e disponibilizada integralmente na plataforma de *streaming*.

Para melhor interpretação dos dados, segue a análise de conteúdo a partir dos tópicos escolhidos e já explicitados:

Gênero jornalístico

O podcast se enquadra predominantemente no gênero informativo (Melo, 2016). O objetivo do episódio é esclarecer dúvidas sobre a Síndrome de Tourette. Ao apresentar depoimentos de especialistas e portadores, o programa assume um papel

de vigilância social, fornecendo informações cruciais sobre a condição de saúde, e um papel educativo, ao desmistificar preconceitos.

Temas abordados

O tema central do podcast é a Síndrome de Tourette. Também há a exploração de outros assuntos relacionados, como a explicação dos sintomas, causados a partir de distúrbio neurológico com tiques involuntários e repetitivos. O episódio também aborda sobre causas e como funciona o diagnóstico. Além disso, é abordado sobre preconceito, discriminação, isolamento, estigmatização, mal-estar psicológico relacionados aos portadores da síndrome.

Presença de fontes jornalísticas ou referências locais

O podcast é produzido pela Grande FM e inclui entrevistas e depoimentos de diversas fontes, abrangendo especialistas, portadores da síndrome e dados documentais. Não fica explícito se essas fontes foram acessadas diretamente para o programa ou se se tratam de recortes de entrevistas previamente concedidas a outros veículos. Essa dúvida é reforçada pelo uso de fontes nacionalmente conhecidas, como o Dr. Drauzio Varella, e pela ausência de identificação territorial dos personagens apresentados. Não há referências locais ou regionais específicas, evidenciando que o foco do episódio é mais amplo e de alcance global.

Estilo de linguagem e estrutura narrativa

O podcast apresenta uma estrutura narrativa organizada. Na introdução, são apresentados o tema e o objetivo de esclarecer dúvidas e combater o estigma associado à síndrome. Em seguida, há uma contextualização com dados relevantes e a introdução dos especialistas. O episódio prossegue com as falas dos especialistas, aprofundando explicações sobre sintomas, diagnóstico e tratamentos, antes de incorporar depoimentos de portadores, contextualizando a experiência pessoal. A produção encerra-se com uma conclusão, que reforça a importância do diagnóstico precoce, do apoio contínuo e das terapias, encorajando os ouvintes a buscar acompanhamento médico. A linguagem utilizada é informativa, clara e acessível,

mantendo um tom empático ao tratar do sofrimento dos portadores e da necessidade de inclusão.

Frequência de temas regionais

O podcast possui escopo nacional, evidenciado pelos dados mencionados, que se referem exclusivamente ao cenário brasileiro, sem especificação sobre Mato Grosso do Sul. Não há foco em pautas ou questões locais específicas, reforçando a abrangência ampla da abordagem do episódio.

Técnicas de edição empregadas

O programa utiliza múltiplas vozes, incluindo narrador e trechos gravados de especialistas e personagens. A edição é segmentada, com cada fonte ou tópico introduzido pelo narrador. A produção inclui mixagem, transições suaves e vinhetas, mantendo fluidez e engajamento, típicos de um programa de rádio, que é o que o episódio é.

Clichês e estereótipos regionais

O episódio combate estereótipos e preconceitos, explicitando a intenção de acabar com desinformações e estigmas sobre a Síndrome de Tourette. O conteúdo evidencia uma ideologia de inclusão e defesa dos direitos das pessoas com deficiência, enfatizando cuidado integral e acompanhamento multidisciplinar.

4.5.6 - Análise de conteúdo - #EP1 - S+DOURADOS

O episódio foi publicado em 6 de junho de 2023 e constitui o primeiro disponível dentro do recorte temporal desta pesquisa. A produção, em formato audiovisual, está disponível no *YouTube*. O programa apresenta-se como uma entrevista, com foco no empreendedorismo local e no reforço de marcas por meio de patrocínio. Das quase duas horas de duração, mais de uma hora é dedicada a comentários do público local, sorteios e menções às marcas patrocinadoras. O programa é apresentado pela jornalista Camila Rios e transmitido ao vivo, sendo disponibilizado integralmente na plataforma. A produção estabelece uma interação próxima com o público, chamando os espectadores pelo nome durante os sorteios. No entanto, o reforço comercial não

se limita a um elemento complementar: constitui-se como o objetivo principal da produção, orientando grande parte do conteúdo e da dinâmica do programa. O episódio analisado é o de estreia do podcast. O formato reforça a ligação local que o programa tem.

Para melhor interpretação dos dados, segue a análise de conteúdo a partir dos tópicos escolhidos e já explicitados:

Gênero jornalístico

O programa se enquadra nos gêneros informativo e diversional (Melo, 2016). Possui um forte caráter promocional e publicitário, com agradecimentos explícitos e menção de diversos patrocinadores e apoiadores ao longo de toda a transmissão, incluindo a empresa do convidado principal. O elemento informativo é um pano de fundo para a promoção dos patrocinadores. O programa reforça o gênero diversional ao realizar sorteios de brindes e incentiva a participação ativa do público através de comentários.

Temas abordados

O tema central do episódio não é o propósito central. O tema proposto é sobre tecnologia no cotidiano. O convidado e a *host* discutem sobre velocidade de internet, armazenamento de dados e avanços tecnológicos. Os dois também falam sobre o futuro tecnológico e como as pessoas fazem uso da tecnologia. Todas as falas são de cunho pessoal, sem a inserção de fontes ou dados que comprovem as afirmações. Uma parte significativa do programa é dedicada à apresentação e sorteio de uma ampla lista de brindes fornecidos pelos patrocinadores.

Presença de fontes jornalísticas e referências locais

A fonte do programa de entrevista é o gerente comercial da empresa Visão Informática, Gabriel Santos. No episódio, além de ser uma pessoa ligada à empresa, ele é apresentado como especialista em tecnologia. O programa é claramente localizado em Dourados. Isso fica explícito com referência a empresas locais e até mesmo citação de nomes de ruas.

Estilo de linguagem e estrutura narrativa

O episódio apresenta uma estrutura flexível, iniciando com um momento de boas-vindas, no qual a apresentadora agradece aos patrocinadores e à equipe, além de apresentar o convidado e o tema da transmissão. Em seguida, desenvolve-se o bate-papo principal, com diálogo aprofundado com o especialista sobre tecnologia. Grande parte do episódio é dedicada a interações com o público e sorteios, intercalados com o bate-papo, nos quais a apresentadora lê comentários, responde perguntas e realiza múltiplos sorteios de brindes. O encerramento inclui agradecimentos finais e a divulgação de todos os ganhadores. A linguagem utilizada é coloquial, persuasiva e dinâmica, estimulando ativamente a participação e o engajamento da audiência nos sorteios.

Frequência de temas regionais

O programa tem um forte foco regional em Dourados. Todos os patrocinadores e o convidado são associados à cidade. Embora os temas tecnológicos sejam de abrangência global, a discussão e os exemplos são enquadrados no contexto local, como a chegada do 5G na região e a atuação das empresas em Dourados.

Técnicas de edição empregadas

O formato ao vivo do programa é explicitamente destacado, reforçando a interação em tempo real com os espectadores. A produção conta com múltiplas câmeras e equipe técnica dedicada, garantindo dinamismo. A leitura e a resposta imediata aos comentários do público no *Facebook* e *Instagram* evidenciam uma estratégia de engajamento direto. Além disso, há exibição de vídeos ou informações dos patrocinadores integrando conteúdo, que é promocional e interativo.

Clichês e estereótipos regionais

O programa celebra o avanço da tecnologia, apresentando-o como benéfico e inevitável. Há uma forte ênfase em agradecer e promover os patrocinadores, refletindo uma ideologia de apoio mútuo entre empresas da comunidade de Dourados. O episódio também apresenta um leve debate sobre controle parental na internet para crianças. A apresentadora e o convidado fazem piadas recorrentes sobre a forma como as mães utilizam o celular, o que pode ser visto como um estereótipo. Por fim,

o programa incentiva a interação do público por meio das redes sociais, valorizando a opinião e a presença da audiência como parte integrante do projeto.

4.6 - Inferências gerais das análises verticalizadas

A pesquisa identificou que os podcasts em Mato Grosso do Sul abrangem iniciativas tanto independentes quanto institucionais, ultrapassando os limites da produção tradicionalmente atribuída à imprensa. No entanto, a análise reforça a hipótese inicial: as produções jornalísticas no estado foram incorporadas ao formato de modo predominantemente comercial, com pouco aprofundamento narrativo e, em geral, estruturadas no modelo de entrevistas. A pesquisa manteve o foco em uma abordagem territorial, capaz de revelar signos que só o território torna visíveis.

O objetivo foi investigar a produção de podcasts jornalísticos no estado, a fim de compreender os conteúdos desenvolvidos e identificar a presença do território nas produções, em um cenário globalizado, plataformizado e marcado pela convergência midiática. Com base no mapeamento dos podcasts e na análise de conteúdo, constatou-se que a maioria dos programas segue o modelo de entrevistas, veiculados tanto por órgãos de imprensa quanto por iniciativas independentes. Também se verificou que a adoção do formato funciona como forma de inserção do jornalismo local na tendência de expansão dos podcasts.

Durante o recorte temporal, foram identificados 53 produtos em formato de áudio ou audiovisual, disponíveis no *Spotify*, *YouTube* ou canais próprios dos veículos. A catalogação evidenciou cinco tipos específicos:

- **Entrevistas** – a maioria dos programas, como os do Campo Grande News, Midiamax e Difusora Pantanal.
- **Recortes de programação** – produtos derivados da grade radiofônica, como na Rádio Grande FM 92,1, Rádio Educativa FM e Morena FM.
- **Uso inadequado do termo “podcast”** – boletins informativos do Correio do Estado e do Canal do Boi, sem aprofundamento ou características próprias do formato.
- **Institucionais** – produzidos por organizações educativas ou comerciais, como Sebrae-MS, Famasul, UFMS e órgãos do Governo Estadual.

- **Independentes** – programas autorais e sem vínculo institucional, com temáticas diversas.

A partir da análise de conteúdo e da análise descritiva dos podcasts vinculados aos veículos de imprensa, a pesquisa consegue delinear que apenas os programas estruturados no formato de entrevistas podem ser efetivamente categorizados como podcasts jornalísticos. Esse resultado evidencia uma limitação significativa no processo de apropriação do formato pelo jornalismo sul-mato-grossense, já que, em vez de explorar a diversidade de possibilidades narrativas que o podcast oferece, como *storytelling*, séries temáticas ou aprofundamentos analíticos, os veículos optam por reproduzir um modelo consolidado e de fácil execução.

A prevalência das entrevistas reforça tanto o caráter utilitário do podcast para as redações, funcionando como uma extensão ou readequação de práticas já tradicionais no jornalismo, quanto a dificuldade de consolidar um produto que se diferencie das mídias convencionais. Ao mesmo tempo, essa escolha revela um movimento de adaptação mínima às novas plataformas, marcado por um interesse em ocupar espaço digital e manter relevância, ainda que sem avançar substancialmente em termos de inovação narrativa ou estética.

A cartografia revelou ainda pluralidade temática: entretenimento, política, agronegócio, trânsito, música, cinema, entre outros. Contudo, prevalecem temas gerais como economia, agronegócio, cultura e saúde, sem exploração consistente de nichos específicos. Nas quatro cidades mapeadas, as produções compartilham estratégias comuns de divulgação, revelando potencialidades e limitações do cenário atual. Em muitos casos, trata-se mais de marcar presença no formato do que de implementar planejamento estratégico de conteúdo.

A territorialidade é evidente, uma vez que as produções incorporam elementos locais e valorizam vozes regionais. Títulos, referências culturais e fontes regionais reforçam a relação com o cotidiano, embora a abrangência de alguns veículos imprima caráter nacional, como nos boletins do Canal do Boi (Podcast AgroClima). Essa construção midiática baseada em episódios longos, estruturados em entrevistas, evidencia o caráter comunicacional do formato. O consumo sob demanda amplia o acesso e reforça sua permanência como produto de comunicação.

A concentração da produção em Campo Grande, com 45 podcasts, frente a Dourados (5), Corumbá (2) e Três Lagoas (2), evidencia desigualdades territoriais e de infraestrutura midiática. Essa centralidade urbana impacta tanto a diversidade temática quanto o nível de sofisticação técnica, tornando a distribuição geográfica fator determinante para análise da mídia sonora regional.

A análise verticalizada dos seis podcasts – quatro de Campo Grande e dois de Dourados – mostrou nuances das estratégias de apropriação do formato. Programas como PodRir MS e Podcast Difusora Pantanal associam entrevistas, linguagem coloquial, audiovisual e interação ao vivo, valorizando talentos locais. O Saiba + Dourados, ainda que focado em informação e tecnologia, reforça vínculos com a cidade ao destacar empresas e patrocinadores locais. Já o Saúde & Bem-estar (Grande FM 92,1) e o AgroClima (Canal do Boi) ilustram escopos mais amplos, de caráter nacional. A territorialidade, portanto, é variável, dependendo do propósito editorial e do público-alvo.

5 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os mapas servem como guias para a identificação de territórios. O mapeamento dos podcasts, em especial dos jornalísticos de Mato Grosso do Sul, possibilitou traçar um panorama dos fluxos dessa mídia. Identificar, catalogar, analisar e discutir foram ações centrais desta dissertação. Em âmbito nacional, é evidente que os podcasts são utilizados como ferramenta de produção de conteúdo, em diferentes formatos: áudio, vídeo ou híbrido. A proeminência das produções é percebida como alternativa à televisão, ao rádio e até mesmo ao jornalismo digital.

Ao ampliar a discussão a partir do território e das produções veiculadas pela imprensa sul-mato-grossense, a pesquisa adota um olhar específico e localizado, considerando aquilo que se expressa territorialmente. Mesmo em um contexto em que a geografia também se dá no digital e expande as fronteiras, os temas, debates e reverberações dos podcasts produzidos no estado apresentam elementos locais, dirigindo-se a um público que reconhece referências culturais específicas. O mapeamento foi fundamental para compreender o que se produz no território, e a análise de conteúdo (Bardin, 1977) revelou fenômenos, símbolos e significados expressos nas produções jornalísticas em formato de podcast.

Em alguns casos, essa adesão ainda ocorre de maneira rudimentar e residual, com recortes de programações já existentes redistribuídos em plataformas digitais. As fases de classificação propostas por Bonini (2020) são de difícil aplicação às produções sul-mato-grossenses, que ainda não apresentam características como *storytelling* avançado e financiamento coletivo (*crowdfunding*), típicas da segunda geração. Entretanto, a presença de produções independentes, fora dos veículos de mídia, aponta para possibilidades contra hegemônicas em relação aos veículos tradicionais.

Nélia Del Bianco (2012, p. 28) afirmava que “não adianta transpor para o mundo digital a lógica do analógico. É preciso compreender o ambiente, explorar suas potencialidades, se quiser atrair ouvintes internautas”. A reflexão, originalmente direcionada à inserção das rádios no ambiente da web, mantém-se extremamente atual e pertinente quando aplicada à análise do fenômeno dos podcasts. Naquele momento, a autora já antecipava uma discussão central da era da convergência

mediática: a necessidade de adaptação dos conteúdos aos novos formatos e lógicas de consumo digital.

A simples reprodução de práticas e linguagens tradicionais no ambiente online revela-se insuficiente diante de um público mais participativo, conectado e exigente. Ao analisar o crescimento dos podcasts no Brasil, especialmente a partir da segunda metade da década de 2010, observa-se que a advertência de Del Bianco (2012) não se concretizou de forma plena em um contexto mais territorializado, como o de Mato Grosso do Sul. As produções que emergem desse ecossistema digital, em grande medida, estão orientadas pela lógica do capital financeiro das redações e pela necessidade de marcar presença em uma “nova”, ainda que não tão nova, forma de comunicação.

A análise dos podcasts produzidos no estado evidencia um cenário comunicacional em que os veículos tradicionais de imprensa avançam de maneira lenta e descompassada em relação ao ritmo nacional. Enquanto grandes redações brasileiras reformulam seus modelos narrativos e incorporam efetivamente o formato podcast como estratégia de conteúdo, muitas redações sul-mato-grossenses limitam-se a realizar simples transposições de seus produtos midiáticos originais, apenas reeditando e redistribuindo materiais preexistentes nas plataformas de *streaming* sob um novo rótulo.

Tal prática revela uma carência de compreensão acerca das dinâmicas da escuta sob demanda, da interatividade e da hibridização de linguagens, elementos estruturantes da lógica do podcast. Nesse sentido, a reflexão de Del Bianco, formulada ainda em 2012, ressoa de maneira contundente nas produções atuais e no próprio *modus operandi* do jornalismo sonoro em Mato Grosso do Sul, expondo os desafios persistentes na transição entre o modelo radiofônico tradicional e as exigências do ambiente digital.

As inferências de Débora Lopez (2010), ao analisar rádios em um contexto de convergência, também permitem traçar paralelos do processo rudimentar (transposição) às produções independentes dos podcasts jornalísticos de Mato Grosso do Sul. Algumas produções permanecem em um nível inicial, limitando-se à transposição de conteúdos radiofônicos para plataformas digitais, muitas vezes em estilo “copia e cola”. Essa prática diverge da definição de podcast como formato que possibilita autonomia criativa e novas narrativas sonoras.

Apesar da liberdade do consumo sob demanda, a simples transferência de conteúdos sem adaptação narrativa mostra que nem todas as produções exploram plenamente o potencial do meio. Outro aspecto relevante é a ausência de características da segunda geração global de podcasts, como narrativas sofisticadas e financiamento coletivo. A produção local se ancora em entrevistas e boletins, refletindo práticas comerciais tradicionais e consolidação gradual do formato. A análise dos apresentadores mostrou distintas formas de construção de autoridade: jornalistas buscam legitimar o caráter informativo, enquanto independentes assumem identidades flexíveis, refletindo mudanças na comunicação digital. As transmissões ao vivo, com participação do público, reforçam a dimensão hiperlocal do podcast como ferramenta de engajamento.

A partir das contribuições de Milton Santos (2006), a pesquisa também consegue identificar que os podcasts mapeados evidenciam como o território sul-mato-grossense se manifesta nesta mídia, mostrando que o espaço geográfico não é apenas físico, mas socialmente construído. A centralidade de Campo Grande e a presença de elementos locais, como fontes regionais, referências culturais e temáticas do cotidiano, refletem o espaço simbólico descrito pelo autor. Isso pode indicar que a construção do território de Mato Grosso do Sul se faz a partir da capital para as demais cidades do estado. Mesmo com a predominância do formato de entrevistas, os conteúdos carregam valores, narrativas e significados que vinculam o território à identidade cultural.

Entretanto, este uso narrativo específico e a reprodução de modelos tradicionais indicam que o potencial narrativo do podcast ainda está em fase inicial. Neste momento, os podcasts podem ser utilizados como instrumentos de territorialização digital, articulando os aspectos materiais e simbólicos do território e abrindo possibilidades para práticas comunicacionais mais criativas e significativas. Embora o digital promova a compressão do espaço-tempo e a globalização, os podcasts em Mato Grosso do Sul mantêm uma forte adesão à pauta local. Essa centralidade no cotidiano, nas referências culturais e nas fontes regionais reforça a ideia do "território usado", no espaço que ganha significado a partir do uso que a sociedade local faz dele. Com as análises verticalizadas, é possível expressar como os conteúdos carregam valores e narrativas que vinculam o território à identidade cultural, refletindo o espaço simbólico descrito por Santos (2006). A informação, neste

contexto, converte-se em vetor crucial dos processos sociais e na constituição de uma geografia digital regional. Os podcasts, portanto, atuam como instrumentos de territorialização digital.

A partir da construção do território por meio dos podcasts, observa-se que os aspectos técnicos, estéticos e éticos dos produtos regionais se desenvolvem de forma descompassada. Enquanto o uso de fontes locais fortalece a presença e a identidade no território, a estética e a técnica permanecem restritas, sobretudo, aos programas de entrevistas, que apresentam menor profundidade e exigem menor investimento técnico. Esse padrão pode refletir tanto a precarização das redações quanto a forma como o mercado jornalístico tem se estruturado em Mato Grosso do Sul, evidenciando limitações na exploração plena do potencial narrativo e estético da mídia.

Foi possível observar que os podcasts jornalísticos em Mato Grosso do Sul operam em um espaço híbrido, entre a reprodução de modelos tradicionais e a exploração das potencialidades digitais. A predominância comercial e do formato de entrevistas limita sua consolidação como forma comunicativa autônoma. Contudo, iniciativas multimídia, de interatividade e de valorização do território indicam caminhos. A relevância deste trabalho reside em sua contribuição para os estudos sobre mídia sonora, comunicação regional e territorialidade, oferecendo uma análise situada e metodologicamente rigorosa.

Em um contexto de globalização que intensifica desigualdades, a pesquisa evidencia como processos locais de comunicação se articulam a dinâmicas globais. A identidade sul-mato-grossense manifesta-se por meio das narrativas construídas nos podcasts, que operam como vetores de territorialização no ambiente digital. Ao considerar a informação como elemento estruturante do meio técnico-científico-informacional (Santos, 2006), é possível destacar o papel estratégico da comunicação na constituição de uma geografia digital regional.

A produção de podcasts jornalísticos em Mato Grosso do Sul se insere, portanto, em uma dialética entre a racionalidade técnica da tecnosfera e a vivência concreta do lugar. Enquanto a primeira impõe desigualdades e limitações técnicas, a segunda expressa identidade, memória e até mesmo a cultura local. O avanço do jornalismo regional nos podcast exige reconhecer essa dualidade: abandonar a mera transposição de conteúdos, investir em *storytelling* e narrativas aprofundadas, e

explorar plenamente o potencial do formato como ferramenta, reforçando a comunicação como vetor estratégico na construção da geografia digital regional.

O podcast, nesse sentido, emerge como ferramenta significativa entre o global e o local, reforçando os vínculos entre mídia, território e identidade. A escassa exploração de narrativas alternativas e o predomínio de entrevistas evidenciam o esgotamento de práticas jornalísticas tradicionais. O caminho ainda é amplo e exige diversificação. O *storytelling* representa uma possibilidade para os veículos, que permanecem presos ao formato de entrevistas como se fosse a única opção. Podcasts jornalísticos são mais do que longas conversas. Eles devem incorporar técnica, estética e ética jornalística; contar histórias, revelar ideias, apresentar pessoas e instigar o público por meio de narrativas consistentes. O podcast jornalístico vai além de uma boa conversa: deve ser também um produto com profundidade, sustentado tanto pela longa duração quanto pela construção narrativa.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BARBEIRO, Heródoto. **Manual de radiojornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BECKER, Beatriz; ARAÚJO, Francisco de. **Fake news: uma definição possível entre a reflexão crítica e a experiência jornalística**. Revista Latino-americana de Jornalismo, v. 2359, p. 375, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/47565/31395>. Acesso em: 11 ago. 2025.

BERRY, R. **Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio**. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, v. 12, n. 2, p. 143-162, 2006.

BERRY, Richard. **Are podcasts Reithian?** [S. l.]: Richard Berry, 2022. Disponível em: https://richardberry.eu/podcasts-and-reith/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 18 ago. 2025.

BERRY, Richard. **Podcasting: considering the evolution of the medium and its association with the word 'radio'**. The Radio Journal: International Studies in Broadcast and Audio Media, v. 14, 2016. Disponível em: <https://sure.sunderland.ac.uk/id/eprint/6523/>. Acesso em: 7 nov. 2024.

BITTAR, Marisa [1999a]. **Geopolítica e separatismo na elevação de Campo Grande a capital**. Campo Grande: Ed. UFMS, 1999. (Col. Fontes Novas).

BITTAR, Marisa [1999b]. **Sonho e realidade: vinte e um anos da divisão de Mato Grosso**. Multitemas – Periódico das comunidades departamentais da UCDB, Campo Grande, n. 15, p. 93-124, out. 1999.

BONINI, Tiziano. **La radio nella rete: storia, estetica, usi sociali**. Milano: Costa & Nolan, 2006.

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. 1, p. 13-32, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br:8082/pp/index.php/radiofonias/issue/view/250/>. Acesso em: 11 ago 2024.

BONINI, Tiziano; MONCLÚS, Belén (orgs.). **Radio audiences and participation in the age of network society**. London: Routledge/Taylor & Francis Group, 2015.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BUCCI, Eugênio. **A superindústria do imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho**. São Paulo: Companhia das Letras, 2021.

BUCKINGHAM, David. **A convergência das mídias: o impacto das novas tecnologias no consumo de conteúdo**. Tradução de Maria de Fátima Ferreira. São Paulo: Paulus, 2008.

CARDOSO, M.; VILLAÇA, L. **Podcast no Brasil: disrupção de modelos de comunicação ou submissão à lógica de grupos hegemônicos de poder?** Revista Alterjor, v. 25, n. 1, p. 111-126, 2022. DOI: 10.11606/issn.2176-1507.v25i1p111-126. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/193021>. Acesso em: 14 maio 2023.

CARLOS, Ana Fani Alessandri. **O lugar no / do mundo**. São Paulo: FFLCH/USP, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede. 2. ed.** São Paulo: Paz e Terra, 2017.

CETIC.br. **Em duas décadas, proporção de lares urbanos brasileiros com internet passou de 13% para 85%, aponta TIC Domicílios 2024**. 11 nov. 2024. Disponível em: <https://www.cetic.br/pt/noticia/em-duas-decadas-proporcao-de-lares-urbanos-brasileiros-com-internet-passou-de-13-para-85-aponta-tic-domicilios-2024/>. Acesso em: 22 nov. 2024.

CITELLI, Adilson Odair. **Educação e cidadania: tempos de reclusão, tempos de diáspora**. São Paulo: Paulus, 2004.

COMSCORE. **Relatório de audiência digital**. 2024. Disponível em: <https://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2024/01/Relatorio-de-Audiencia-Digital>. Acesso em: 9 ago. 2025.

COUTO, Ana Luíza S.; MARTINO, Luís Mauro Sá. **Dimensões da pesquisa sobre podcast: trilhas conceituais e metodológicas de teses e dissertações de PPGComs (2006-2017)**. Revista Rádio-Leituras, Mariana-MG, v. 9, n. 2, p. 48-68, jul./dez. 2018.

DEARMAN, P.; GALLOWAY, C. **Putting podcasting into perspective**. In: HEALY, S.; BERRYMAN, B.; GOODMAN, D. (ed.). Radio in the World: 2005 Melbourne Radio Conference. Melbourne: RMIT University Press, 2005.

DEL BIANCO, Nélia (org.). **O rádio brasileiro na era da convergência**. São Paulo: Intercom, 2012.

DEL BIANCO, Nélia. **O jornalismo na era digital: desafios da convergência**. São Paulo: Contexto, 2020.

DUBBER, A. **Radio in the digital age**. Cambridge: Polity Press, 2013.

FALCÃO, Bárbara Mendes. **Podcasts de notícias diárias de análise aprofundada e cidadania no contexto do jornalismo pós-industrial**. 208 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2021.

FERRARETTO, Arthur Luiz. **Estruturação da mercadoria das emissoras comerciais sob a convergência: apontamentos para uma economia política da indústria radiofônica**. Revista Famecos, Porto Alegre, 2014.

FERRARETTO, Arthur Luiz; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Enciclopédia Intercom de comunicação – verbete: rádio**. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010. Disponível em: <http://portal.metodista.br/mutirao-do-brasileirismo/cartografia/enciclopedia>. Acesso em: 15 ago. 2024.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2007.

FERREIRA, André Soares. **Educação e fronteira sul-mato-grossense (1889–**

1943): análise a partir da historiografia regional. 2019. 301 f. Tese (Doutorado em Educação) – Universidade Federal da Grande Dourados, Dourados, 2019.

FORBES BRASIL. TILIA, Caroline de. **YouTube é a plataforma de streaming mais assistida em TVs conectadas no Brasil em 2025.** Forbes Brasil, 8 out. 2025. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbes-tech/2025/10/youtube-e-a-plataforma-de-streaming-mais-assistida-em-tvs-conectadas-no-brasil-em-2025/>. Acesso em: 19 out. 2025.

FORNARI, Ernani. **O incrível Padre Landell de Moura. 2. ed.** Rio de Janeiro: Biblioteca do Exército, 1984.

GALLEGO, N. **La tecnología resucita la radio artesanal: el podcasting, una moda en expansión.** Telos, n. 65, 2005.

GANDOUR, R. **Jornalismo em retração, poder em expansão: como o encolhimento das redações e o uso crescente de redes sociais por governantes podem degradar o ambiente informativo e prejudicar a democracia.** 2019. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <<https://repositorio.usp.br/item/002967744> >. Acesso em: 25 jul. 2025.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo.** Porto Alegre: Tchê!, 1987.

GLISSANT, Édouard. **Introdução a uma poética da diversidade.** Tradução de Paulo Neves. Juiz de Fora: UFJF, 2013.

GROTH, Otto. **O poder cultural desconhecido: fundamentos da ciência dos jornais.** Tradução de Liriam Sponholz. Petrópolis: Vozes, 2011.

HEISE, N. **On the shoulders of giants? How audio podcasters adopt, transform and re-invent radio storytelling.** MOOC Transnational Radio Stories, 2014. Disponível em: https://hamburgergarnele.files.wordpress.com/2014/09/podcasts_heise_public.pdf. Acesso em: 13 maio 2023.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua sobre lares**

brasileiros com acesso a internet. 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/casacivil/pt-br/assuntos/noticias/2022/setembro/90-dos-lares-brasileiros-ja-tem-acesso-a-internet-no-brasil-aponta-pesquisa>. Acesso em: 15 maio 2023.

IBOPE. **Guia podcast advertising. Brasil, 2019.** Disponível em: https://iabbrasil.com.br/wp-content/uploads/2019/08/Guia-IAB-Podcast_v2.pdf. Acesso em: 15 abr. 2025.

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

KANTAR IBOPE MEDIA. **Tendências de consumo de mídia.** 2020. Disponível em: <https://www.kantar.com/brazil/inspiration/midia/inside-radio-2020>. Acesso em: 10 nov. 2024.

KATE, Lacey. **Listening publics: the politics and experience of listening in the media age.** Cambridge; Malden: Polity Press, 2013.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo.** Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, v. 5, n. 10, p. 74-81, 2018.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O podcasting e o rádio: novas perspectivas para os estudos da mídia sonora.** Revista Alterjor, v. 25, n. 1, p. 171-174, 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/193344>. Acesso em: 12 nov. 2024.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Richard Berry: “O rádio está aprendendo muito com o podcasting”.** Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora, v. 11, n. 1, p. 200-204, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br:8082/pp/index.php/radiofonias/>. Acesso em: 11 abr. 2025.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo: o que os jornalistas devem saber e o público exigir.** Tradução de Wladir Dupont. 2. ed. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

LEVINSON, Paul. **McLuhan digital: um guia para o milênio da informação**. Tradução de Fátima D. Costa. São Paulo: Paulus, 2016.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.

LINDGREN, Mia. **Personal narrative journalism and podcasting**. The Radio Journal – International Studies in Broadcast and Audio Media, v. 12, n. 1-2, 2014.

LINDGREN, Mia. **Podcasting and journalism genres: understanding conventions and audience expectations**. 2020.

LOPEZ, Débora. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Portugal: LabCom Books, 2010. Disponível em: http://labcom.ubi.pt/ficheiros/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf. Acesso em: 9 nov. 2024.

LOPEZ, Débora. **As dinâmicas e potencialidades do podcast no jornalismo contemporâneo**. 2020. Disponível em: <https://www.deboralopez.com.br>. Acesso em: 10 nov. 2024.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos medios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos medios às mediações: comunicação, cultura e hegemonia**. 2. ed. Rio de Janeiro: UFRJ, 2001.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Ofício de cartógrafo**. São Paulo: Loyola, 2004.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **La pertenencia en el horizonte de las nuevas tecnologías y de la sociedad de la comunicación**. In: HOPENHAYN, Martin; SOJO, Ana (comps.). Sentido de pertencimento a sociedades fragmentadas: América Latina desde una perspectiva global. Buenos Aires: Siglo XXI, 2011.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUNHOZ, Sonia (coord.). **Televisión y melodrama: géneros y lecturas de la telenovela en Colombia**. Bogotá: Tercer Mundo, 1992.

MCHUGH, Siobhán. **The power of podcasting: telling stories through sound**. New

York: Columbia University Press, 2022.

MEDEIROS, Karla. **Literacia mediática e jornalismo: o desafio da educação para os meios**. São Paulo: Contexto, 2017.

MEDITSCH, José. **O rádio e os meios de comunicação: um novo olhar**. São Paulo: Summus, 2001.

MELO, José Marques de. **O jornalismo: práticas e princípios**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

MORLEY, David. **Media, modernity and technology**. London: Routledge, 2007.

PALÁCIOS, Marcos; MACHADO, Elias. **Manual de jornalismo na internet: conceitos, noções práticas e um guia comentado das principais publicações jornalísticas digitais brasileiras e internacionais**. Salvador: Calandra, 1997.

PIMENTA, Simone. **A mobilidade e a popularização dos podcasts: o papel dos dispositivos móveis na consolidação do formato**. São Paulo: Atlas, 2017.

PRADO, Magaly. **História do rádio no Brasil**. São Paulo: Da Boa Prosa, 2012.

PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. 2007. Tese (Doutorado em Linguística Aplicada) – Faculdade de Letras da Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2007.

QUEIROZ, Paulo Roberto Cimó. **Uma ferrovia entre dois mundos: a E. F. Noroeste do Brasil na primeira metade do século 20**. Bauru; Campo Grande: EDUSC; UFMS, 2004.

QUEIROZ, Paulo Roberto Cimó. **Mato Grosso/Mato Grosso do Sul: divisionismo e identidades (um breve ensaio)**. Diálogos, v. 10, n. 2, p. 149-184, 2006.

REUTERS INSTITUTE FOR THE STUDY OF JOURNALISM. **Digital News Report 2025**. Oxford, 2025. Disponível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2025>. Acesso em: 20 out. 2025.

RODRIGUES, Adriano. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Coimbra: Minerva, 1993.

ROSÁRIO, Nísia Martins. **Cartografia na comunicação: questões de método e**

desafios metodológicos. In: MOURA, Cláudia Peixoto; LOPES, Maria Immacolata Vassalo de (org.). Pesquisa em comunicação: metodologias e práticas acadêmicas. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016.

SANTAELLA, Lúcia. **A semiótica das fake news.** Verbum – Cadernos de Pós-graduação, p. 9-25, 2020. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/verbum/article/view/50522>. Acesso em: 15 jul. 2025.

SANTOS, Milton. **O espaço geográfico como categoria filosófica.** Terra Livre, n. 5, 1988.

SANTOS, Milton. **O espaço do cidadão.** São Paulo: Nobel, 1987.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização: do pensamento único à consciência universal.** Rio de Janeiro: Record, 2000.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção.** 4. ed., 2. reimpr. São Paulo: Edusp, 2006.

SCHWINGEL, Carla. **Ciberjornalismo.** São Paulo: Paulinas, 2012.

SILVA, Gislene. **Para pensar critérios de noticiabilidade.** São Paulo, 2005.

SILVA, S. P.; SANTOS, R. S. **O que faz sucesso em podcast? Uma análise comparativa entre podcasts no Brasil e nos Estados Unidos em 2019.** Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, v. 11, n. 1, p. 49-77, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br:8082/pp/index.php/radiofonias/>. Acesso em: 11 set. 2020.

SODRÉ, Muniz. **O profissional da “economia da atenção”.** Observatório da Imprensa, 20 set. 2004. Disponível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/jornal-de-debates/o-profissional-da-economia-da-atencao/>. Acesso em: 10 ago. 2025.

SOUZA, Fernando dos Anjos. **Conflitos armados, encontros e combates nas fronteiras do sul de Mato Grosso, nas décadas iniciais do século XX.** 2018. Tese (Doutorado em História) – PPGH/UFGD, Dourados, 2018.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são.**

Florianópolis: Insular, 2005.

VAN DIJCK, José. **Facebook and the engineering of connectivity: a multi-layered approach to social media platforms**. Convergence, v. 19, n. 2, p. 141-155, 2013.

VAN DIJCK, José. **Datafication, dataism and dataveillance: big data between scientific paradigm and ideology**. Surveillance & Society, v. 12, n. 2, p. 197-208, 2014.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The platform society: public values in a connective world**. Oxford: Oxford University Press, 2018.

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **A programação de rádios públicas brasileiras**. Florianópolis: Insular, 2012.

APÊNDICES

As análises e, conseqüentemente, os acessos foram realizados entre abril e julho de 2025. Links dos podcasts analisados:

Agro Clima - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/291yZegph4ZO8J52DQls32?si=fe04c1d4a8b94c11>

Agro Dinheiro - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/291yZegph4ZO8J52DQls32?si=fe04c1d4a8b94c11>

BCast - Disponível em: <https://www.campograndenews.com.br/podcast/b-cast>

Epimania - Disponível em: <https://www.campograndenews.com.br/podcast/epimania>

Fala Beca - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/0Z0KAw5EhrRT7slhNb0hpj>

Frequência Empreendedora - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/5K2Y4edWi6nd70LmVberMC?si=da5da54a922245a2>

Grande FM Rural - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/5pu4Qnv5fPGMUKjpILhDLP?si=6b181fc71ac24e70>

Grandes Esportes - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/5pu4Qnv5fPGMUKjpILhDLP?si=6b181fc71ac24e70>

Grandes Fatos - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/5pu4Qnv5fPGMUKjpILhDLP?si=6b181fc71ac24e70>

Música e Vinho - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/0yBKvEivwTT1EmjwL2cJIT?si=f56afbbb931c43e9>

Na Cadeira com DJ - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/2FerFXHWk99N9dpLEOWhmd?si=acbbf9de6b414410>

Na Íntegra - Disponível em: <https://www.campograndenews.com.br/podcast/na-integra>

Na Língua do PP - Disponível em:

https://www.youtube.com/playlist?list=PL0TEdIY_56JCrKAQu7uLsLs9iiBuQ9p-

Não Sei Nada da Vida - Disponível:

<https://www.campograndenews.com.br/podcast/nao-sei-nada-da-vida>

Nossa Música é Assim - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/2FerFXHWk99N9dpLEOWhmd?si=acbbf9de6b414410>

O Assunto é Cinema - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/2FerFXHWk99N9dpLEOWhmd?si=acbbf9de6b414410>

Podcast Correio Rural - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/1QBTIAI2AkayB2Oc8DLmPZ?si=32c1f4b297584c95>

Podcast Difusora Pantanal - Disponível em :

<https://www.youtube.com/@difusorapantanalpodcast>

PodRir MS - Disponível em:

<https://www.youtube.com/playlist?list=PLXwVOm0aEyhvd-odF1Kg7tPA2pzcV8Lg2>

Rádio Livre - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/2FerFXHWk99N9dpLEOWhmd?si=acbbf9de6b414410>

Saiba + Dourados - Disponível em:

https://www.youtube.com/@noticias_de_dourados

Sala de Jazz - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/2FerFXHWk99N9dpLEOWhmd?si=acbbf9de6b414410>

Saúde & Bem-estar - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/5pu4Qnv5fPGMUKjplLhDLP?si=37723abaec474791>

Sessão de Cinema - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/5pu4Qnv5fPGMUKjplLhDLP?si=37723abaec474791>

Visão de Negócio - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/2rMQLUnrqOQGbppfq4L34d?si=eda57a3ce7db4490>

Xamayca Reggae - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/2FerFXHWk99N9dpLEOWhmd?si=acbbf9de6b414410>

#MS Cast - Disponível em:

<https://open.spotify.com/show/6RCboLumxAmhcvRwXho8PO?si=1a01116af8a248ed>