
As técnicas de *storytelling* nas produções da Rádio Novelo: uma análise dos *podcasts* Praia dos Ossos e Retrato Narrado¹

Cassiano de Fraga TAFFAREL²
Andrei dos Santos ROSSETTO³
ESPM – Porto Alegre

Resumo

Este estudo tem como foco o podcast, buscando analisar quais as técnicas de *storytelling* utilizadas pela Rádio Novelo e de que maneira essas técnicas são empregadas com a finalidade de reter e engajar o ouvinte. Considerada como qualitativa e exploratória, a pesquisa tem como metodologia a análise de conteúdo, desenvolvida por Bardin e utilizou da pesquisa bibliográfica e da análise documental dos roteiros dos podcasts Praia dos Ossos e Retrato Narrado. Enquanto contribuição, entende-se que o estudo identificou as técnicas empregadas na captação da atenção dos ouvintes.

Palavras-chave: Radiojornalismo; *Podcasting*; *Storytelling*; Rádio expandido; Linguagem radiofônica.

Introdução

O presente estudo apresenta a construção do trabalho realizado durante um ano de pesquisa por meio do Programa de Iniciação Científica, que contou com o financiamento da Escola Superior de Propaganda e Marketing. Exercendo função crucial para que o desenvolvimento científico dos objetivos ocorresse com eficiência, a seguinte pergunta foi elaborada: como as técnicas de *storytelling* são utilizadas nos podcasts da Rádio Novelo com a finalidade de reter e engajar o ouvinte?

Ainda que o desenvolvimento da pesquisa tenha ocorrido em meio ao cenário de pandemia, não aconteceram impasses que impediram ou retardaram a produção do estudo base para o presente artigo. Os roteiros de todos os episódios de ambos os *podcasts*, material necessário para que a análise fosse realizada, foram solicitados para a Rádio Novelo, que concedeu o conteúdo para fins acadêmicos. Ressalta-se, ainda, que o processo de produção da pesquisa foi determinado e adaptado pelo pesquisador, em conjunto com o seu orientador, com o objetivo de organizar e respeitar as possibilidades e limitações sem gerar prejuízo nos resultados do estudo.

¹ Trabalho apresentado na IJ04 – Comunicação Audiovisual, da Intercom Júnior – XVIII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante do curso de graduação em Jornalismo da ESPM – Porto Alegre, e-mail: cassiano.taffarel@acad.espm.br

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da ESPM – Porto Alegre, e-mail: andrei.rossetto@espm.br

Nesse sentido, o presente trabalho se desenvolve a partir de cinco núcleos. Além da introdução e considerações finais, a primeira seção abordará o desenvolvimento das lentes teóricas do projeto. A segunda seção, por sua vez, tem como foco a metodologia utilizada para a sustentação da pesquisa. Por fim, os resultados obtidos serão analisados na terceira seção, considerando como base os aportes teóricos e metodológicos selecionados pelo pesquisador.

Lentes teóricas

No que diz respeito ao cenário radiofônico no Brasil, Ferraretto (2012) sintetiza as fases do meio, passando pela sua implantação, difusão, segmentação e convergência – cenário no qual o *podcast* se desenvolve. É com base na evolução do processo de inserção da telefonia móvel e da *internet* no país que as emissoras de rádio iniciam a disponibilização do sinal independentemente do suporte técnico. Nesse sentido, Kischinhevsky (2016) atenta para uma transformação no meio, surgindo assim o conceito de rádio expandido. Não estando mais preso ao seu hardware, o rádio supera as ondas *hertzianas*, expandindo-se para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, sites de jornais, portais de música e diversos outros canais.

Com a mudança na essência do meio, o público do rádio também se alterou. Tal qual cita Lopez (2010), “o rádio não fala para um ouvinte passivo, mas para alguém que deseja participar, contribuir – mais do que o fazia até então” (LOPEZ, 2010, p.115). Sendo assim, essa mudança gera novas possibilidades de interação, possibilitando que a radiofonia assuma um caráter descrito pela autora como hipermediático. Surge, então, no contexto de rádio expandido, o conceito de *podcasting*. Ainda que seja uma inovação da área, é necessário compreender que o *podcasting* não deve ser entendido como uma forma de substituir ou reinventar o rádio.

O termo pode ser caracterizado como um arquivo de áudio, normalmente formatado em MP3, que é disponibilizado via *internet* – seja por meio de sites, agregadores ou aplicativos de música. O ouvinte escuta o conteúdo via *streaming*, o que lhe garante a capacidade de pausar, avançar, retroceder, recomeçar ou escolher outro *podcast*. Bonini (2020) acrescenta que o *podcasting* pode ser visto como uma tecnologia utilizada para distribuir, receber e ouvir, sob demanda, o conteúdo produzido por editores tradicionais – como é o caso das rádios, editoras, jornalistas e instituições educacionais – e por produtores independentes e amadores.

No início de sua trajetória, os *podcasts* se resumiam em monólogos feitos a partir de *audioblogs* ou então sequências de músicas tocadas de acordo com o gosto do usuário. Entretanto, a sofisticação do conteúdo ocorreu de maneira acelerada, fazendo com que surgissem *podcasts* que misturavam locuções, trilha, efeitos sonoros, entre outros recursos (KISCHINHEVSKY, 2018, p. 77). Considerando-se este contexto, surge a produção responsável por alavancar o *podcasting* para o cenário de massa. É a partir do lançamento de *Serial*, nos Estados Unidos, em 2014, que as pesquisas acadêmicas passaram a se interessar sobre o tema. Tido como ponto de partida para novas experimentações sonoras, Bonini (2020) afirma que o *podcast* em questão pode ser considerado um marco na medida que, além de se tornar sucesso de público, representou o ponto de virada para a segunda era do *podcasting*, período em o meio se profissionalizou, adquirindo características de uma mídia de comunicação de massa.

O *podcasting* entrou numa nova fase de sua evolução, em que começa a gerar um mercado não mais simplesmente complementar ao do rádio, mas um mercado alternativo. Esta fase, que eu vou chamar de “segunda era do *podcasting*”, se distingue pela transformação do *podcasting* numa prática produtiva comercial e num meio de consumo massivo e começa nos EUA em 2012, com o lançamento dos primeiros modelos de negócios que foram capazes de apoiar a produção independente e o consumo de conteúdos sonoro distribuído através do *podcasting* (BONINI, 2020, p.15).

Dentro dessa perspectiva criada por produções como *Serial*, que utilizam de técnicas de *storytelling* para montar construções narrativas de imersão, o que capacita os ouvintes a se relacionarem com a história, Viana (2020) sugere a possibilidade do conteúdo transitar entre ficção e não-ficção. As estruturas criadas e as sensações imersivas geram impacto no ouvinte. A partir disso, Cordeiro e Costa (2016, p. 100) consideram que a “imersão é uma capacidade de transposição da consciência para outro ambiente, seja imaginado ou sinteticamente criado”.

Sendo assim, a imersão pode ser vista como peça-chave do entendimento do conteúdo, principalmente no que diz respeito aos *podcasts* narrativos não ficcionais – como é o caso de *Praia dos Ossos* e *Retrato Narrado*. Sendo assim, ainda que o áudio seja visto como imersivo por essência, é possível que essa característica seja potencializada a partir do impacto que se deseja causar (VIANA, 2020). Como bem observado pela autora, o *podcast* utiliza o que há de melhor em ambas as esferas: assim como se aproveita da imersão característica do rádio, se beneficia dos avanços propiciados pelas plataformas tecnológicas.

Visto que o foco do estudo está em entender como *podcasts* narrativos não ficcionais retêm a atenção e *engajam ouvintes*, tem-se a necessidade de compreender o conceito de *storytelling*, bem como suas características, além da concepção de radiojornalismo narrativo e os elementos da linguagem radiofônica. Termo estudado por diversos autores, o *storytelling* tem como característica a ausência de um conceito sólido, único e imutável. Para exemplificar, Xavier (2021) aponta algumas das definições que compõem o conceito:

[...] não tenho um ponto de vista claro sobre o que seja *storytelling*. Tenho três. Esboçados, refletidos e esculpidos com atenção mais artesanal do que acadêmica. [...] Definição pragmática: *storytelling* é a tecnarte de elaborar e encadear cenas, dando-lhes um sentido envolvente que capte a atenção das pessoas e enseje a assimilação de uma ideia central. Definição pictórica: *storytelling* é a tecnarte de moldar e juntar as peças de um quebra-cabeça, formando um quadro memorável. Definição poética: *storytelling* é a tecnarte de empilhar tijolos narrativos, construindo monumentos imaginários repletos de significados (XAVIER, 2021, p. 11-12).

Ao utilizar o termo “tecnarte”, o autor explicita a sua visão específica sobre o *storytelling*. Em sua concepção, a mistura entre a técnica e arte é inevitável quando se trata de histórias (XAVIER, 2021). Em contrapartida, Cunha e Mantello (2014) veem a tradução do termo como uma aproximação da contação de histórias. Nesse caso, o jornalista exerce a função de contador (*teller*), enquanto o fato apurado (*story*) se torna o objeto da narrativa. Ainda assim, o *storytelling* não pode ser considerado como uma prática nova. Como aponta Miller (2008), há uma divisão entre o tradicional e o digital. Mesmo que o *storytelling* digital tenha sido implementado nas últimas décadas, esse artifício já fazia parte da tradição humana. Nesse sentido, a autora afirma que, primeiramente, o recurso era produzido a partir da voz e, posteriormente, em palavras – nos livros. Com o crescimento do âmbito digital, tem-se uma nova roupagem do *storytelling*, que se desenvolve na medida em que as mídias sociais vão surgindo.

Para além do universo ficcional, o *storytelling* é utilizado enquanto técnica nos relatos jornalísticos – como pode ser visto, por exemplo, em ambos os *podcasts* analisados no estudo. A contação de histórias, nesse caso, busca, por meio do enfoque descritivo dos roteiros, recriar personagens e cenas, humanizando a narrativa e sensibilizando o ouvinte sobre o conteúdo, despertando sensações (VIANA, 2020). Nesse sentido, as técnicas de *storytelling* utilizadas pelos roteiristas criam um texto sinestésico, ou seja, percebe-se que a finalidade do *storytelling* é, partindo de um sentido prevaiente,

acionar os demais sentidos (CUNHA; MANTELLO, 2014). Nesse sentido, o aprofundamento das técnicas de *storytelling* do estudo se desenvolveu a partir da narrativa, do tempo e do roteiro.

A narrativa represente um conjunto organizado de significantes, cujos significados constituem uma história. Sabendo disso, adotou-se o conceito de Bernard (2008), que desenvolve três possibilidades de pontos de vista pelos quais a história é contada: a narração em primeira pessoa, quando o narrador fala de si mesmo; segunda pessoa, quando o narrador se dirige ao público como “você”; e terceira pessoa, sendo demonstrada por meio da utilização de “ele” ou “ela”.

O tempo, por sua vez, foi levado em conta a partir de duas técnicas: *flashback* e *flashforward*. O *flashback* serve para ilustrar um acontecimento que ocorreu no passado do personagem (COMPARATO, 2018). Ainda segundo o autor, o *flashforward*, por sua vez, é um recurso que mostra parcialmente um acontecimento futuro, normalmente utilizado com a finalidade de aguçar a curiosidade da audiência.

Com relação ao roteiro, utiliza-se a visão de Field (1995), que descreve o roteiro como uma série de elementos que podem ser vistos como um sistema – é composto por inícios, finais, pontos de virada, planos e efeitos, cenas e sequências. Para o estudo realizado, duas estruturas de roteiros foram consideradas: a clássica e a de 50 minutos. Comparato (2018) identifica a estrutura clássica a partir da divisão entre primeiro, segundo e terceiro ato. Na estruturação de 50 minutos, por outro lado, tem-se uma divisão de seis partes, onde a primeira parte representa a introdução e a última corresponde a conclusão. O desenrolar da trama acontece nas demais partes da estrutura. Além do tipo de construção do roteiro, duas técnicas de *storytelling* surgem como formas de enriquecer o conteúdo radiofônico. O *cliffhanger*, primeira delas, é utilizado como uma espécie de “gancho”, provocando a curiosidade do ouvinte e o anseio pelo próximo episódio (BRAGA, 2018). A outra técnica, conhecida como *plot twist*, corresponde aos momentos em que é possível notar uma reviravolta no enredo.

É a partir da utilização do *storytelling* no campo jornalístico que surge o termo radiojornalismo narrativo, cunhado por Kischinhevsky (2018). O conceito conta com características próprias, como é o caso do uso da trilha sonora para provocar sensações, a proximidade com a contação de histórias e a diminuição da redundância usual no texto radiojornalístico. O autor afirma que a apuração profunda é uma das características do radiojornalismo narrativo que foram incorporadas pelas diversas produções de *podcasts*.

Percebe-se que ganha contornos um novo formato de radiojornalismo, tributário dos tradicionais radiodocumentários, mas caracterizado pela produção seriada, com ganchos que remetem à radiodramaturgia embora se apoiem fundamentalmente em conteúdo de caráter informativo (KISCHINHEVSKY, 2018, p. 79).

Dentro desta linha de raciocínio, outro conceito pertinente para a presente pesquisa é o de linguagem radiofônica. Balsebre (2004) define como um grupo de formas sonoras e não-sonoras que são demonstrados a partir de quatro sistemas expressivos – a palavra falada, a música, os efeitos sonoros e o silêncio – que buscam promover maiores possibilidades de comunicação e manifestação da mensagem. A linguagem radiofônica, então, torna-se peça-chave na capacidade de retenção do conteúdo por parte do ouvinte e, por isso, a mensagem radiofônica nada mais é que uma sequência ordenada e contínua de contornos sonoros da realidade, fundamentada pelos quatro sistemas expressivos já citados (BALSEBRE, 2004, 163-164).

Sabendo da conexão entre o universo do *podcast* e o radiojornalismo, entende-se que os gêneros de interesse para a pesquisa são o informativo, o interpretativo e o diversional. Dentre os formatos nos quais se dividem os gêneros, destacam-se ao trabalho realizado a reportagem, o documentário radiofônico e o *feature*.

Na visão de Lucht (2010), a reportagem radiofônica é tida como um material elaborado pelo repórter, com duração de até cinco minutos, composta pela cabeça da matéria lida pelo autor, juntamente com a utilização de sonoras do entrevistado e a ambientação do local em que se deu o fato. É com base no cenário descrito que Ferraretto (2014) afirma existir a possibilidade de a reportagem transpor o gênero informativo, flertando com o jornalismo interpretativo – uma vez que carrega a impressão pessoal do repórter e a exploração do contexto do fato.

O documentário radiofônico, por sua vez, explora detalhes de um mesmo tema – que pode estar relacionado com questões contemporâneas ou focado em uma única pessoa, atividade ou evento, como sugere McLeish (2001). Se faz necessário, nesse tipo de conteúdo radiofônico, realçar a motivação e auxiliar o ouvinte na compreensão dos motivos que guiaram certas decisões e comportamentos.

Por último, o *feature*, ou história de interesse humano, apresenta a informação de maneira mais interessante, atrativa e trabalhada (LUCHT, 2010). A autora afirma que esse formato mescla diversos recursos sonoros com informações reais, tendo como objetivo a estimulação da fantasia do ouvinte. Ou seja, baseia-se no conteúdo jornalístico

com o rigor necessário, mas flerta com elementos da peça radiofônica, como é o caso das diferentes entonações de voz.

Estratégia metodológica

O estudo selecionou dois *podcasts*, Praia dos Ossos e Retrato Narrado, totalizando quatorze episódios – sendo oito episódios do primeiro e seis do segundo. Ressalta-se que o estudo está classificado enquanto qualitativo, uma vez que “pretende verificar a relação da realidade com o objeto de estudo, obtendo várias interpretações de uma análise indutiva por parte do pesquisador” (RAMOS; BUSNELLO, 2003). Além disso, a tipificação de caráter exploratório é a mais adequada para o presente estudo, já que não se trata aqui da mera explicação de um fenômeno e nem da descrição de traços do objeto de estudo, mas sim da análise de diversos materiais – tais como registros em áudio, conteúdos bibliográficos e roteiros dos podcasts.

A realização do estudo se deu por meio da pesquisa bibliográfica e da análise documental, sendo ambos os conceitos amparados por Gil (2007). Como já citado anteriormente no presente estudo, o método utilizado foi o de análise de conteúdo (BARDIN, 2011).

[...] a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações que “utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens que permitem a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção dessas mensagens”. Organiza-se em torno de três polos cronológicos: 1) pré-análise, fase da organização que tem como objetivo tornar operacionais e sistematizar as ideias iniciais. 2) exploração do material, fase de aplicação sistemática das decisões tomadas. 3) tratamento dos resultados obtidos e interpretação, quando se trabalha sobre o que foi efetivamente pesquisado. (BARDIN, 2011, p. 48).

Para a realização da análise dos resultados, o estudo dividiu-se em duas grandes categorias: narrativa e linguagem radiofônica. Por sua vez, as mesmas se desdobraram em subcategorias e variáveis, como demonstra a tabela abaixo. A coleta de dados para análise de ambos os *podcasts* foi realizada a partir do material disponibilizado pela produtora de *podcasts* Rádio Novelo no agregador *Spotify*. Além disso, os roteiros utilizados para realizar o estudo foram obtidos por meio do contato com a produtora.

Tabela 1: Categorias e subcategorias

Categorias	Subcategorias	Variáveis
Narrativa	Tempo	<i>Flashback</i>
		<i>Flashforward</i>
	Roteiro	Estrutura de roteiro
		Ferramentas de <i>storytelling</i>
	Narrador	Primeira pessoa
		Segunda pessoa
Terceira pessoa		
Linguagem Radiofônica	Palavra falada	Expositiva
		Programática
		Descritiva
	Música	Função expressiva
		Função comunicativa
		Função programática
		Função de reforço
		Função descritiva
	Efeitos sonoros	Função referencial
		Função descritiva ambiental
		Função programática
		Função narrativa
		Função expressiva
	Silêncio	Função psicolinguística
		Função interativa

Fonte: Elaboração do autor

Análise de resultados

Apesar de as duas séries conterem episódios bônus, nenhum deles será analisado no estudo. Sendo assim, o foco da pesquisa mantém-se no conteúdo dito “regular” das produções.

No que diz respeito ao Praia dos Ossos, observou-se que, ao apostar no desenvolvimento dos personagens da trama e na humanização de cada um, a capacidade de imersão se mostra como traço marcante no *podcast*. Ângela Diniz, enquanto foco da trama, é desenvolvida a partir de uma caracterização sutil e centrada, não sendo posicionada em um patamar elevado e distante do ouvinte. Esse fato, por sua vez, capacita a curiosidade do consumidor e torna a produção mais atrativa.

Os elementos da linguagem radiofônica foram utilizados em conjunto com a ambientação minuciosa e detalhada nos trechos descritivos. Além disso, a produção utilizou falas que garantem a autenticidade do conteúdo narrativo. As técnicas de

storytelling, por sua vez, permitiram que a trama se construísse em apoio ao despertar de sentimentos – ou seja, é a partir delas que os relatos factuais do *podcast* se tornam atrativos e instigantes. O *cliffhanger* foi utilizado 49 vezes ao longo dos oito episódios analisados, constatando-se que a técnica cumpriu o papel de provocar curiosidade e anseio pelos próximos capítulos. O *plot twist*, por sua vez, surgiu em 23 oportunidades. Essa ferramenta esteve condicionada ao desenvolvimento da personagem, bem como as reviravoltas do *podcast*. Assim, nota-se que ambas as características garantem dinamismo para o conteúdo, viabilizando uma narrativa com desdobramentos, o que surpreende o ouvinte com uma trajetória rica em personagens paralelos e fragmentos narrativos secundários. Abaixo, encontra-se a tabela com as especificações do *podcast* Praia dos Ossos.

Tabela 2: Tabela geral do Praia dos Ossos

PRAIA DOS OSSOS TABELA GERAL				
Categories	Subcategorias	Variáveis	Identificação	
Narrativa	Tempo	<i>Flashback</i>	241 trechos	
		<i>Flashforward</i>	Não há	
	Roteiro	Estrutura de roteiro	50 minutos	
		Ferramentas de <i>storytelling</i>	<i>Cliffhanger</i>	49
			<i>Plot Twist</i>	23
	Narrador	Primeira pessoa	x	
		Segunda pessoa	x	
		Terceira pessoa		
Linguagem Radiofônica	Palavra falada	Expositiva	x	
		Programática		
		Descritiva	x	
	Música	Função expressiva	x	
		Função comunicativa		
		Função programática		
		Função de reforço	x	
		Função descritiva	x	
	Efeitos sonoros	Função referencial	x	
		Função descritiva ambiental	x	
		Função programática		
		Função narrativa	x	
		Função expressiva	x	
	Silêncio	Função psicolinguística	x	
		Função interativa		

Fonte: Elaboração do autor

Tal qual o primeiro *podcast* analisado, Retrato Narrado utiliza das diversas ferramentas narrativas para proporcionar imersão e qualidade de conteúdo. Com uma característica menos descritiva que Praia dos Ossos, a narração realizada pela apresentadora capacita o ouvinte, que concentra os sentidos na construção de imagens mentais que representam as experiências vividas pelo presidente Jair Bolsonaro. Há, novamente, a humanização como recurso de proximidade entre o *podcast*, seus personagens e a audiência. Além disso, a narração na primeira e segunda pessoas permite que, além da posição de apresentadora, a jornalista construa uma relação de diálogo com o ouvinte, que participa da história, exercendo papel de testemunha do relato e compartilhando fatos em conjunto com as narradoras.

As técnicas de *storytelling* encadeiam os trechos da trama, envolvendo, moldando e juntando as peças em um todo coeso. Assim, não há uma desatenção com a mensagem transmitida, mas um despertar da capacidade sensorial do ouvinte. Com relação à linguagem radiofônica, percebeu-se que os elementos se uniformizaram e garantiram o equilíbrio do conteúdo, possibilitando o desenvolvimento de imagens sonoras. Encontra-se, a seguir, a tabela com as especificações de Retrato Narrado.

Tabela 2: Tabela geral do Praia dos Ossos

RETRATO NARRADO TABELA GERAL				
Categories	Subcategorias	Variáveis	Identificação	
Narrativa	Tempo	<i>Flashback</i>	363 trechos	
		<i>Flashforward</i>	Não há	
	Roteiro	Estrutura de roteiro	50 minutos	
		Ferramentas de <i>storytelling</i>	<i>Cliffhanger</i>	122
			<i>Plot Twist</i>	63
	Narrador	Primeira pessoa	x	
		Segunda pessoa	x	
Terceira pessoa				
Linguagem Radiofônica	Palavra falada	Expositiva	x	
		Programática		
		Descritiva	x	
	Música	Função expressiva	x	
		Função comunicativa		
		Função programática		
		Função de reforço	x	
		Função descritiva	x	
	Efeitos sonoros	Função referencial	x	
		Função descritiva ambiental	x	
Função programática				

		Função narrativa	x
		Função expressiva	
	Silêncio	Função psicolinguística	x
		Função interativa	

Fonte: Elaboração do autor

Considerações finais

Ainda que o rádio seja associado às transmissões *hertzianas*, é sabido que a sua capacidade, enquanto meio comunicacional, ultrapassa tais barreiras. A pluralidade de plataformas, o desenvolvimento tecnológico e a expansão do conceito de rádio possibilitaram a criação do cenário de surgimento do *podcast*. Como se mostra evidente no estudo desenvolvido, o atual paradigma radiofônico se preocupa com a maneira de comunicar a mensagem.

É possível notar que, devido ao fato de se caracterizar como um estilo de conteúdo muito particular, o *podcast* atingiu a popularidade como mídia sonora. Nesse sentido, o ouvinte ganha autonomia de consumo, já que a cultura da portabilidade permite que o conteúdo seja consumido em diversos locais. Além disso, o ouvinte tem o poder de decidir o que quer ouvir, quando e por quanto tempo quiser.

A partir da necessidade de manter o ouvinte cativado e engajado com o que está escutando, as técnicas de *storytelling*, que vinham sendo utilizadas de maneira massiva nas produções audiovisuais, passam a ser peça-chave do quebra-cabeça que integra os *podcasts* em questão. É a partir desse novo formato de narração que surge o conceito de radiojornalismo narrativo.

Como forma de construir a mensagem sonora e enriquecer a experiência já desenvolvida a partir das ferramentas de *storytelling* e do radiojornalismo narrativo, a linguagem radiofônica surge como um símbolo do novo formato comunicacional do rádio pós-convergência. Por meio dos seus elementos e da combinação entre eles, os *podcasts* narrativos não ficcionais selecionados para o estudo demonstram que são capazes de manter conexões com o rádio e sua tradição.

Dito isso, entende-se que as técnicas de *storytelling* mencionadas impactaram na capacidade de reter e engajar o ouvinte que consome os *podcasts* produzidos pela Rádio Novelo. Considerando esse cenário, cabe aos pesquisadores entender e acompanhar

a evolução da produção dos *podcasts* narrativos não ficcionais que, cada vez mais, conquistam o público e cativam a audiência.

Referências

BALSEBRE, A. **El lenguaje radiofónico**. Madrid: Cátedra, 2004.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. 6.ed. São Paulo, Almedina, 2011.

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

BRAGA, H. **Você sabe o que é cliffhanger?** HQ's com Café, [s. l.], 20 fev. 2018. Disponível em: <https://bit.ly/3cPgK6B>. Acesso em: 28 jul. 2021.

COMPARATO, D. **Da criação ao roteiro**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2018. Edição Kindle.

CORDEIRO, W. R; COSTA, L. **Jornalismo imersivo**: perspectivas para os novos formatos. *Leituras do Jornalismo*. Ano III, Vol. 02, n.6, p. 99-116, 2016.

CUNHA, K. M. R; MANTELLO, P. F. **Era uma vez a notícia**: storytelling como técnica de redação de textos jornalísticos. *Comunicação Midiática*, Bauru, v. 9, n. 2, p. 56-67, 2014.

FERRARETTO, L. A. **Rádio**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2014.

FERRARETTO, L. A. **Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil**. *Eptic – Revista de Economia Política das Tecnologias da Informação e Comunicação*, Aracaju: Observatório de Economia e Comunicação da Universidade Federal de Sergipe, v. XIV, n. 2, maio-ago. 2012.

FIELD, S. **Manual do roteiro**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo, Atlas, 2007.

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

KISCHINHEVSKY, M. (2018): **"Rádio em episódios, via internet**: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo". En *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, vol. 5, número 10, pp. 74-81.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã: LabCom, 2010.

LUCHT, J. M. P. **Gêneros no Radiojornalismo**. In: José Marques de Melo; Francisco de Assis. (Org.). *Gêneros Jornalísticos no Brasil*. 1.ed. São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, 2010, v. 1, p. 269-290.

McLEISH, R. **Produção de rádio**: um guia abrangente da produção radiofônica. São Paulo: Summus, 2001.

MILLER, C. H. **Digital storytelling: a creator's guide to interactive entertainment.** Burlington: Focal Press, 2008.

RAMOS, P; RAMOS, M; BUSNELLO, S. J. **Manual prático de metodologia da pesquisa:** artigo, resenha, projeto, TCC, monografia, dissertação e tese. Blumenau: Acadêmica, 2003.

VIANA, L. **O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos.** Anais do XLIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Virtual, 2020.

XAVIER, A. **Storytelling: histórias que deixam marcas.** 9. ed. Rio de Janeiro: Best Business, 2021.