



Podcasting: Um Antípoda Radiofônico¹

Macello Santos de Medeiros²
UFBA / FJA

Resumo

O objetivo deste trabalho é dar continuidade à discussão iniciada na apresentação do trabalho ‘*Podcasting: Produção Descentralizada de Conteúdo Sonoro*’ na oportunidade da Intercom 2005. Este texto aprofunda-se numa questão levantada no trabalho anterior ‘*Podcasting não é rádio*’ trazendo argumentos que comprovam, entre outras coisas, a disparidade de conceituação existente entre o *Podcasting* e o Rádio, colocando os dois conceitos em lados totalmente opostos para que não haja dúvidas de sua antagonia.

Palavras-chave

Podcasting, Rádio, Antípoda.

1. Podcasting – Etmologia

Em decorrência do surgimento do recente fenômeno chamado *Podcasting* – ou “*The Next Big Thing*” como eram chamadas as grandes inovações nos primórdios da informática – o emprego de alguns termos derivados da palavra estão se tornando corriqueiro e inadequados pelas páginas da *Web* na tentativa de descrever ou caracterizar qualquer produção ou transmissão sonora na rede muits vezes até uma peça importante em um planejamento de maketing digital! Não há dúvidas da notoriedade que esse modo de disponibilização de arquivos sonoros obteve no final de 2004, tornando-se a mais nova atração na Internet chegando até, em 2005, ser considerada a palavra que mais circulou na rede durante o ano. Mas afinal, qual a origem dessa tão “sonoramente” repercutida palavra?

Algumas discussões já ocorreram, inclusive em um *Podcast* brasileiro, o *digitalminds*, a respeito da origem da palavra *Podcasting*. A mais divulgada na rede e entre os *Podcasters* seria o resultado da junção da palavra *Broadcasting* – radiodifusão – com o nome de um artefato portátil utilizado para “ouvir” música em MP3: o iPod. O iPod é um MP3 *player* criado pela Apple, empresa do lendário Steve Jobs, que, apesar

¹ Trabalho apresentado ao NP 06 – Rádio e Mídia, do VI Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom.

² Graduado em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) pela UCSal, Mestrando em Cibercultura no Programa de Pós Graduação de Comunicação e Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia sob orientação do Prof. Dr. André Lemos. Professor das Faculdades Jorge Amado nos Cursos de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e em Rádio e TV. Coordenador da Rádio JA, webradio das FJA. Email: macellomedeiros@fja.pro.br



de não ser o pioneiro³ no ramo de “tocadores de MP3” foi o mais difundido entre os usuários dessa tecnologia. Para ouvir músicas no Ipod (ou em outro MP3 player) basta baixá-las diretamente da Internet fazendo um *download* através dos agregadores⁴ e dos programas de compartilhamento de músicas (P2P) ou, então, converter as músicas de um CD em arquivos de MP3 – transformando o arquivo de áudio (CDDA) em arquivo de áudio compactado (MP3). Após devidamente convertidos em formato MP3 estes são “descarregados” direto para o I Pod ou outro MP3 player. Não é de se admirar que um dos softwares que realiza bem esta tarefa – de agregador e de conversor – é o iTunes, software de áudio da Apple, que, de tão eficiente, chega a ponto de organizar as músicas em *playlists*, ou seqüência de músicas escolhidas e/ou preferidas mediante diversos parâmetros (mais ouvida, menos ouvida, nunca ouvida, artista, categoria musical, etc.). Atualmente, o iTunes oferece também os serviços de Videocast ou Vídeo Podcast, deixando de ter uma característica eminentemente sonora para ser também uma característica visual (apesar de que, no iTunes é possível visualizar imagens denominadas de *artwork* que correspondem ao áudio que está sendo veiculado)⁵.

Segundo a Wikipedia (www.wikipedia.com), uma enciclopédia criada na rede e atualizada pelos próprios internautas que conta, atualmente, com quase 600 mil verbetes, a palavra *Podcasting* foi divulgada pela primeira vez pelo jornal britânico “The Guardian” em 12/02/04⁶. O artigo cita a facilidade com que o usuário pode produzir “programas de rádio” utilizando um MP3 player (como um iPod), um software de áudio acessível e um blog para a publicação do programa. No entanto, a pergunta fica no ar é “mas como podemos denominar isto? Audioblogging? Podcasting? Guerrilla Media?” O primeiro número do *Podcast* produzido por Adam Curry (considerado o criador do *Podcasting* ou *Podfather*) data de outubro de 2004⁷. Portanto, existe uma polêmica do tipo “quem nasceu primeiro: o ovo ou a galinha?”, ou seja,

³ Ao contrário de que muitos pensam, o primeiro MP3 player do mundo não foi o iPod, e sim, o Saehan/Eiger Labs F10/F20, que funcionava ainda com cartão flash de memória. O primeiro MP3 player em HD foi o HANGO/REMOTE SOLUTIONS PORTABLE JUKEBOX PJB-100. Fonte: http://reviews.cnet.com/4520-6450_7-5622055-1.html

⁴ Os “Agregadores” são softwares responsáveis por fazer a busca dos “Feeds”, com base nos *site (Feeders)* que foram assinados pelo usuário. A partir dos agregadores, que podemos usufruir dessa ferramenta onde o usuário não é mais obrigado a visitar os *sites* um a um para ler notícias e novidades ou novas postagens dos *blogs*, são as notícias, as novidades e as postagens que vão até ele. Existem tipos diferentes de agregadores que possuem formas distintas de gerenciar e organizar as informações coletadas. No caso dos *Podcasts*, os agregadores vasculham automaticamente a Internet à procura dos *podcasts* assinados, baixando-os automaticamente para o computador, e descarrega-os em seguida num MP3 *player* conectado. Esse tipo de serviço já havia sido comentado por Steven Johnson em seu livro “Cultura da Interface” e foi chamado de “Agente Pessoal”, uma espécie de “informordomo”. Recentemente a Apple adicionou a seu novo sistema operacional este tipo de serviço agregador no seu *browser* de Internet, o Safari.

⁵ Ver Quadros 01 e 02 nos anexos.

⁶ http://arts.guardian.co.uk/features/story/0,,1145758,00.html#article_continue

⁷ “The Daily Source Code Podcast”. <http://www.dailysourcecode.com/>



poderia o nome do processo ter surgido antes mesmo da criação do processo? Acontece que podemos solucionar esta questão observando a diferença básica que é a possibilidade de busca automática por um agregador dos *podcasts* produzidos e espalhados pela rede, uma idéia que surgiu da cabeça do Adam Curry. Ponto para ele!

Mesmo após saber desta proximidade entre o artefato iPod e o Podcasting, é interessante saber o que significa exatamente a palavra “POD” para solucionar, de uma vez por todas, a origem do nome “*Podcasting*”. Recorrendo novamente a enciclopédia colaborativa da Internet, a Wikipedia, a palavra “Pod” tem relação com a botânica, significando uma família de leguminosas como também um grupo social de cetáceos⁸. Já o Wiktionary (www.wiktionary.com), dicionário que segue a mesma forma de produção colaborativa da Wikipedia com contribuições dos próprios internautas, encontramos significados para a palavra “Pod”, novamente relativos à botânica, como sendo “a caixa protetora da semente de leguminosas como feijão, pimenta, ervilha”, e à coletividade “conjunto de baleias e golfinhos”. Um outro significado que foge do tema “botânica” diz que “Pod” é “um pequeno veículo utilizado para situações de emergência”⁹. Podemos então chegar a conclusão que não existe uma relação muito próxima do termo “Pod”, segundo o Wikipedia e o Wiktionary, com produção de arquivos de áudio, conteúdo sonoro ou derivações.

Apesar de não ter conseguido uma resposta da própria Apple sobre o significado da palavra “Pod”, encontramos significados mais próximos que podem justificar o “batismo” desse MP3 *player* e, por conseguinte, a origem da palavra “*Podcasting*.” A primeira idéia, que surgiu em uma das discussões em *Podcasts*, seria um acrônimo da expressão “*Print On Demand*”, que faz parte do vocabulário de artes gráficas, ou também “*Publishing On Demand*”. Uma outra possibilidade, que deriva das outras duas citadas anteriormente, seria a expressão “*Production On Demand*”, esta última, sugestão do autor deste trabalho cunhada em a partir desta mesma discussão ocorrida em um *Podcast*. Fica evidente que as três expressões são mais adequadas ao campo sonoro, já que podemos relacionar as palavras “Publicação” e “Produção” com a ação de “produzir” programas de rádio personalizados com conteúdo sonoro e “publicá-los” na Internet, disponibilizando para *download* a partir da demanda (*on demand*) da rede, sem compromissos ou obrigações corporativas. Isto é o que melhor caracteriza o *Podcasting*, uma forma de produção descentralizada de conteúdo sonoro que

⁸ <http://en.wikipedia.org/wiki/Pod>

⁹ <http://en.wiktionary.org/wiki/Pod>



disponibiliza os arquivos na Internet para serem baixados quando o usuário bem entender.

2. Podcast, Podcasting, Podcaster... !?!?!

Mas não é somente disponibilizar um arquivo sonoro (*Podcast*) na Internet por um *Podcaster* que está caracterizado um *Podcasting*. Em primeiro lugar, devemos deixar claro que estas três definições, apesar de parecem iguais talvez pela questão do radical fonético, podem confundir os internautas mais incautos. O *Podcast* é “o arquivo sonoro”, ou para ser mais adequado, é o programa ou registro sonoro produzido pelo *Podcaster* e, no caso do programa, não segue necessariamente o modelo de um programa de rádio convencional, sendo considerado uma metáfora (mais adiante, iremos explicar o porquê).

Portanto se um internauta produz seu programa, com conteúdo personalizado, escolhido por ele, totalmente desvinculado de padrões radiofônicos e o disponibiliza em um arquivo MP3 na Internet em protocolo RSS com endereço XML para ser baixado por qualquer outro internauta na rede, este internauta é chamado de *Podcaster*. Apesar de parecer muito particular, existem *Podcasts* que são produzidos por dois ou mais internautas que tenham um interesse comum por determinado assunto, muitas vezes abordando temas específicos que não estariam sendo veiculados por meios convencionais de transmissão radiofônicas, como, por exemplo, o “Cibercast”, um *podcasting* cujo tema é Cibercultura produzido pelo Centro de Pesquisa Internacional de Estudos e Pesquisa em Cibercultura da Faculdade de Comunicação da UFBA (www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/cibercast), ou o “Sala de Bate Papo”, produzido pelo Laboratório de Interação Mediada por Computadores da UFRGS (www6.ufrgs.br/limc/blog/arquivos/podcast/).

3. Os Modelos de *Podcasts*

O número de *Podcasts* criados entre o final de 2004 e o início de 2006 foi assustador. O “iTunes” contabilizou cerca 38 mil *podcasts* em seu site ultrapassando a quantidade de rádios que é de 36 mil (alertando que nem todos podem registrar seu *podcast* no iTunes, já que o acesso à Apple Store é restrito aos EUA). O maior diretório de *podcasts* do mundo, o Podcast Alley, tem em seus registros 19.766¹⁰ *podcasts*

¹⁰ <http://www.podcastalley.com> Acesso em 23/05/06.



cadastrados. No entanto, a “grande onda” passou e alguns *podcasts* surgidos nessa época já não existem mais (este fenômeno, em sentido inverso, é chamado de *podfading*). Atualmente, os *podcasts* vem se consolidando no meio corporativo como um canal de comunicação com funcionários, assim como aconteceu com os blogs. É possível encontrar hoje, uma infinidade de conteúdos disponibilizados em formato de *podcast*. Atualmente, segundo proposta apresentada na dissertação de Mestrado que será defendida em fevereiro de 2007, podemos classificar os *podcasts* em quatro modelos diferentes: o modelo “metáfora”, o modelo “editado”, o modelo “registro” e o modelo “educacional”.

O modelo “Metáfora” é assim classificado pois possui características semelhantes a um programa de rádio de uma emissora convencional (*dial*), com os elementos característicos de um programa como: locutor/apresentador, blocos musicais, vinhetas, notícias, entrevistas, etc. Esse modelo pode ser considerado como o pioneiro, já que foi o modelo que surgiu com a idéia do inventor do *podcasting*, Adam Curry, a partir do seu desejo de criar um “programa de rádio” personalizado, com conteúdos e músicas que correspondessem ao gosto do apresentador/locutor.

O modelo “Editado” surgiu como uma alternativa para aqueles ouvintes que perderam a hora do seu programa favorito, mas ainda desejam ouvi-lo. As emissoras de rádio editam os programas que foram veiculados na programação em tempo real, disponibilizando-o no seu *site* para ser ouvidos *à posteriori* pelo ouvinte “descuidado” como, por exemplo, os arquivos sonoros disponibilizados por emissoras de rádio como a BBC, que apenas editam um programa que foi veiculado em sua programação diária, e disponibilizam em arquivos MP3 para serem baixados pelo ouvinte que perdeu a “hora do programa”. Estes modelos seguem o mesmo procedimento dos arquivos de texto convertidos em formato RSS que são disponibilizados nos *sites* de jornalismo *on line*. Ou seja, uma notícia, que não está mais vinculada àquela ordem cronológica ou de importância da página, fica disponível e o internauta só precisa assinar o serviço RSS ficando o *software* agregador responsável por checar a existência de notícias atualizadas baixando-as automaticamente para o computador do internauta.

Um outro modelo de *Podcast* pode ser chamado de “Registro”. Os registros são também conhecidos com “audioblogs”. Estes modelos são os mais curiosos e possuem temas muito diversos. É possível encontrar *podcasts* com conteúdos que vão dos mais específicos como notícias e comentários de tecnologia *Macintosh*, sermões de padres, guias de turismo, ou até mesmo “desabafos em um congestionamento”. Um exemplo



bastante interessante é o *site* www.radiomemories.libsyn.com que disponibiliza arquivos sonoros que são consideradas “pérolas do rádio”. Entre os conteúdos estão programas antigos de rádio (norte-americanos), novelas, programas cômicos, westerns, episódios do seriado `Flash Gordon`, depoimentos jornalísticos (anos 30, 40, 50) e raridades como Geroge Hicks irradiando o desembarque aliado na Normandia (1944) e George Orwell (1938) apresentando um programa seriado de uma aventura de Sherlock Holmes.

O último modelo, cuja utilidade é mais recente e atrelada à Educação à Distância, são os “Educaçãoais”. Através desse modelo de *podcast* é possível disponibilizar aulas, muitas vezes em forma de edições continuadas, semelhantes aos antigos fascículos de cursos de línguas que eram vendidos nas bancas de revistas. Algumas experiências estão sendo testadas por professores que utilizam essa ferramenta como uma forma de disponibilizar aulas ministradas ou uma como forma de reposição. Na página do iTunes Store, é possível baixar alguns exemplos de *podcasts* educacionais como o “French Pod Class”, que são aulas de francês em formato *podcast*.

4. Podcasting: Um Antípoda Radiofônico

O termo antípoda refere-se àquilo que se opõe, que está do lado oposto: geograficamente, o Brasil é antípoda do Japão que está do outro lado do mundo. Algo como “o oposto”, chegando muitas vezes a ser “antagônico”. Portanto, quando afirmamos que o *Podcasting*, ao contrário do que muitos pensam, não é uma transmissão de rádio (ou, como o artigo do The Guardian cita “programas de rádio para baixar”¹¹) e, muito menos, um *podcast* não é um programa de rádio, no máximo, uma metáfora de um programa de rádio. Vejamos o porquê.

Em primeiro lugar, se voltarmos um pouco na história das invenções, por que o veículo denominado rádio se chama “rádio”? Exatamente por que vem de “irradiação”, as primeiras experiências feitas na tentativa de se transmitir som através do ar foram realizadas com irradiação de ondas eletromagnéticas. Segundo Brian Winston: “*Despite the crudeness of the apparatus [inductorium], Hertz was able to demonstrate that this ‘aetheric radiations’ did have wave-like properties and could, for instance, be reflected or refracted*”¹² (WINSTON, 67: 1998).

¹¹ “Downloadable radio programmes”

¹² “Apesar da crueza do invento [inductorium], Hertz foi capaz de demonstrar que estas ‘irradiações aéreas’ tinham a ver com as propriedades da forma de onda e podia por exemplo, ser refletida e refratada”. Tradução livre do autor.

Com o passar dos anos, a transmissão radiofônica ficou caracterizada por um fluxo contínuo de programação, muitas vezes 24 horas, sem descanso, um programa após o outro. Mas nem sempre foi assim como cita Schaffer:

“A princípio, as transmissões radiofônicas eram apresentações isoladas, cercadas por grandes pausas (silenciosas) na transmissão. Essa abordagem ocasional da radiodifusão, hoje ausente do rádio doméstico, ainda pode ser experimentada, até certo ponto, nas transmissões em ondas curtas, em as interrupções nas transmissões duram geralmente alguns minutos e são acompanhadas por pequenas frases musicais, ou vinhetas. [...] Durante as décadas de 1930 e 1940, os programas se articulavam desordenadamente até que se completasse a programação do dia.”¹³

A falta de fluxo de transmissão decorre a primeira característica oposta ao *Podcasting*. No *Podcasting* não pressupõe um fluxo, o arquivo sonoro é disponibilizado na Internet e fica “à disposição” de uma demanda do internauta. Somente a partir do momento que o software agregador vasculha a rede e baixa para o HD do computador um *Podcast*, este poderá ser ouvido, e não em outro formato como, por exemplo, inserido numa grade de programação (talvez, no máximo, inserido numa *playlist*¹⁴). Portanto, neste caso o *Podcasting* se opõe ao rádio, uma vez que, para o rádio, o fluxo é vital, caso contrário não podemos caracterizar uma programação ou uma “grade” de programação, diferente de um *Podcast* que não depende de um fluxo de transmissão para ser ouvido.

Outra característica do *podcasting* que reforça essa teoria de antípoda radiofônico é que um *Podcast* não está necessariamente ligado a uma instituição, como no caso da BBC que edita seus programas e disponibiliza-os em forma de *Podcast*. Muito pelo contrário, como afirma André Lemos, uma das características do *Podcasting* é “a liberação do pólo de emissão” (LEMOS, 2005). A centralização no pólo emissor é uma característica muito comum nos primórdios dos meios de comunicação como o Rádio e a TV, quando as instituições concentravam em suas mãos todo o poder de emissão de informação, típico de uma época onde o modelo “fordista” determinava as formas de produção industriais e culturais. Para produzir um *Podcast* basta que o usuário tenha nas mãos um microfone, um computador, um software de áudio e conexão à internet. No mais, o resultado fica à cargo da criatividade do usuário que tem a liberdade de escolher o conteúdo que mais lhe interessa. Esse tipo de produção descentralizada é característico das novas mídias, cujo modelo de comunicação baseia-

¹³ SCHAFFER, 2001: 138/139.

¹⁴ Sequência de Arquivos Sonoros



se no modelo TODOS para TODOS, ao contrário das mídias massivas que seguem o modelo UM para TODOS.

Continuando esse raciocínio, o *Podcasting*, como forma de distribuição de arquivos sonoros, se distancia totalmente da idéia de *Broadcasting* se aproximando da idéia de *Narrowcasting*, sistema proposto por Tetsuo Kogawa¹⁵, que segundo ele:

*“The point is not the stronger power of the transmitter. As long as it is alternative (later + native), it must be different from usual Broadcasting. Forget ‘Broad’ – casting, we insist on ‘narrow’-casting. In my understanding, the more creative or positive function of the Web is not ‘casting’ but <weaving>. Unfortunately, the Internet is used as a new type of casting, though.”*¹⁶.

O projeto de Kogawa reside nos “*One-watt Transmitters*”¹⁷, que são transmissores de baixíssima potência utilizados principalmente por pequenas comunidades no Japão com o intuito de preservar suas identidades culturais. A Wikipedia traz a seguinte distinção entre Podcasting e Broadcasting:

*“Subscribing to podcasts allows a user to collect programs from a variety of sources for listening or viewing off-line, whenever and wherever is convenient. In contrast, traditional broadcasting provides only one source at a time, and the time is broadcaster-specified. While podcasts are gaining ground on personal sites and blogs, they are not yet widespread [...] Although streamed programs, like broadcast radio signals, can be recorded or captured by the receiver, their transient nature distinguishes them from podcast episodes, which arrive already in archived form. (This difference may make a podcast legally distinct from a webcast or streamed media file.)”*¹⁸.

Um outro aspecto que podemos ressaltar está calcado nos modelos de *Podcast* que foram propostos no ítem anterior. Como já observamos, os modelos de *podcast* que mais se aproxima de um programa de rádio é o modelo “metáfora”, como o próprio nome diz são semelhantes a um programa de rádio convencional, e o modelo “Editado”, que é, exatamente, um programa retirado de uma grade de programação após a sua veiculação. Por esta aproximação não podemos considerá-los um modelo

¹⁵ Tetsuo Kogawa é PhD pela Waseda University e, atualmente, é professor de Estudos de Comunicação na Masushino Art University.

¹⁶ “O ponto não é o poder da força de transmissão. Sendo esta a alternativa, deve ser bem diferente da conhecida Radiodifusão. Esqueça, difusão ampla, nós insistimos em difusão estreita. Em meu entendimento, a mais criativa e positiva função da Web não é difundir, mas tecer/tramar. Infelizmente a Internet é usada como um novo modo de difusão, contudo” KOGAWA, 103: 1999 apud LOVINK, 142: 2003.

¹⁷ “Transmissor de um watt”

¹⁸ “Assinando os podcast é permitido ao usuário colecionar programas a partir de uma variedade de pólos emissores para ouvir e ver sem conexão com a rede, quando e onde for conveniente. Em contraste, a radiodifusão tradicional provém de apenas um pólo emissor por vez sendo esta temporalidade é especificado pelo radiodifusor. Enquanto os Podcasts estão ganhando terreno nos sites pessoais e blogs, eles não estão difundidos em larga escala. Embora os programas em fluxo como os programas em sinais de rádio, possa ser gravada e capturada por um aparelho receptor, sua natureza transiente distingui-os dos episódios de podcast, enquanto estes chegam em formatos de arquivos prontos. (esta diferença deve fazer um podcast legalmente distinto de um webcast ou um arquivo de mídia em fluxo”. Tradução livre do autor.

“antípoda” aos programas de rádio convencional já que muito da linguagem radiofônica é requerida na produção desses modelos de *podcast*. Locução, vinhetas, blocos musicais, notícias, entrevistas são alguns elementos radiofônicos que podem ser encontrados nos *Podcasts*, mas, no entanto, não são regras seguidas pelos seus produtores. Muitos seguem a “*Micro Scale Initiative*”¹⁹ (SMITE, 2002 apud LOVINK, 36: 2003) que são atividades individuais de produção descentralizada que têm como tema um assunto específico que não caberia numa programação de rádio convencional, como os modelos “Resgistros” ou “Educação”.

5. Conclusão

Segundo a revista *Wired* do mês de março de 2005²⁰, o rádio convencional está com os dias contados após o aparecimento do fenômeno *Podcasting*. Evidentemente que esta declaração bombástica tinha apenas um objetivo mercadológico estampado na capa. Como foi visto durante este trabalho, essa previsão não tem nenhum fundamento, já que constatamos que as características de um *podcasting* são opostas às de um modelo de transmissão radiofônica tradicional. A começar pela forma de transmissão que, no rádio, é em fluxo, e no *podcasting* é por demanda. Depois o modo de produção que, no *podcasting* é descentralizado e, no rádio é centralizado e institucionalizado. E ainda, os modelos de *podcast*, que, como vimos, podem ser, no máximo, uma metáfora, uma referência aos programas de rádio. Ao contrário do rádio, o *podcasting* não é difundido em *broadcasting*. Portanto, estando em lados conceituais tão opostos e antípodas, não há como extinguir o modelo de transmissão radiofônico convencional ou o modelo “como nós conhecemos”! Ou seja, já que são modelos antípodas, a existência de um não acarreta no desaparecimento do outro.

Afinal, se o *podcasting* não é rádio, então o que seria o *podcasting*? Um novo meio de divulgação musical, por onde serão escoados arquivos sonoros dos artistas que não tem espaço na mídia tradicional ou, até mesmo, um canal alternativo explorado pelas gravadoras que, a cada dia que passa, perdem fatias do mercado fonográfico? Ou um meio de comunicação empresarial por onde é possível transmitir informações aos funcionários em formato de áudio, já que podem ser atualizados constantemente, sem precisar abrir email ou ir até o site da empresa? Ou seria uma nova ferramenta de educação para viabilizar o aperfeiçoamento dos projetos de educação à distância que

¹⁹ “Iniciativa em micro-escala”.

²⁰ “The End of Radio” <http://www.wired.com/wired/archive/13.03/>



usam telecentros espalhados pelo Brasil, retomando o lugar de destaque do áudio como linguagem utilizada pelo rádio para educar? Ou quem sabe um novo formato publicitário, no qual será possível ouvir e ver o produto que terá seu público-alvo atingido em cheio, “ultra-segmentado”, atraídos por um tema específico, como no caso das “Máquinas de Café”²¹ vendidas através de um comentário do Adam Curry em seu *podcast*, forçando uma mudança nas habilidades adquirentes de um jovem publicitário?

A verdade é que o Podcasting pode ser isso e muito mais... Abarcar assuntos prosaicos do dia-a-dia até tomadas de decisões das altas cúpulas empresariais, passando pelo entretenimento, pela religião e pela educação. Seria o *Podcasting* então uma nova mídia sonora? Sem comparações ou modelos metaforizados? Longe do rádio? Longe da TV? Uma nova mídia, uma verdadeira multimídia, dentro da Internet. É o que acreditamos.

6. Referências Bibliográficas

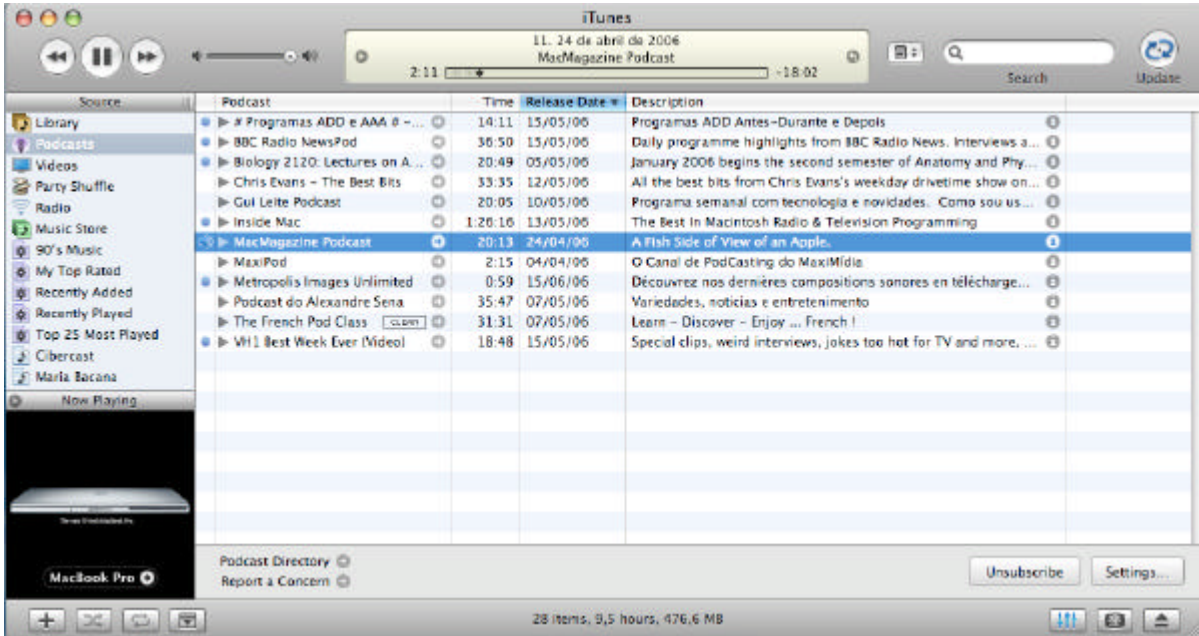
- BARBOSA FILHO, André; PIOVESAN, Angelo Pedro; BENETON, Rosana (org). *Rádio - Sintonia do Futuro*. São Paulo: Paulinas, 2004.
- JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface: Como o computador transforma nossa maneira de criar e comunicar*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.
- LEMOS, André. *Cultura das Redes: Ciberensaios para o Século XXI*. Salvador: Edufba, 2002.
- _____. *Podcast. Emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura*. 404nOtF0und ANO 5, VOL 1, N. 46 junho / 2005. Publicação do Ciberpesquisa - Centro de Estudos e Pesquisas em Cibercultura. <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und>.
- LOVINK, Geert. *My First Recession*. V2_/Nai Publishers: 2003.
- MEDITSCH, Eduardo (org). *Teorias do Rádio – Textos e Contetos Vol. I*. Florianópolis, Insular: 2005.
- SCHAFFER, R. Murray. *A Afinação do Mundo*. Trad. Marisa Trench Fonterrado. São Paulo: Editora UNESP, 2001.
- WINSTON, Brian. *Media Technology and Society – A History: From the Telegraph to the Internet*. London, Routledge: 1998.

²¹ “Podcasters look to net money”. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4371555.stm>



7. Anexos

Quadro 01



Quadro 02

