



Podcast: Novas possibilidades sonoras na Internet¹

Paula Marques de Carvalho²

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo

Resumo

O presente trabalho tem como objetivo apresentar um estudo inicial acerca da mídia *podcast* e sua forma de transmissão expondo a suas principais características atuais visando perceber as suas potencialidades como uma mídia sonora. Apesar da sua oposição ao meio radiofônico por sua forma de transmissão assíncrona, o *podcast* apresenta-se a partir da raiz do gênero radiofônico, tendo como base a sua linguagem, seus formatos e a mobilidade inaugurada por esse meio. Por estar presente em um meio hipermidiático, que apresenta uma linguagem híbrida, o *podcast* utiliza além do som, de signos visuais e textuais, abrindo espaço para produtos sonoros diferenciados e novas formas de interação com a informação.

Palavras – Chave: ciberespaço *podcast*, hipermídia, mídia sonora.

Introdução

Com o desenvolvimento técnico na área da telemática³ ocorreram mudanças significativas na forma dos indivíduos se relacionarem com os meios de comunicação e de se comunicarem entre si.

As novas tecnologias de informação e comunicação decorrentes desse desenvolvimento promoveram um novo cenário de comunicação social fazendo emergir

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora do XI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda do curso de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, email: paulamarques@yahoo.com.br

³ Telemática pode ser definida como o conjunto de tecnologias de transmissão de dados resultante da união entre os recursos das telecomunicações e da informática que possibilitou o processamento, a compressão, o armazenamento e a comunicação de grandes quantidades de dados em curto prazo de tempo, entre usuários localizados em qualquer ponto do globo. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Telem%C3%A1tica>. Acesso em: 04 de maio de 2011.



fenômenos como a convergência dos meios, gerando uma hibridização de signos e de linguagens. De acordo com Lúcia Santaella (2003, p. 78), “vivemos um período de sincronização de todas as linguagens e de quase todas as mídias que já foram inventadas pelos seres humanos”.

Em conjunto com essas transformações ocorre também um crescente declínio dos meios de comunicação de massa e o surgimento de formas individualizadas de produção e distribuição de conteúdo. Neste contexto, novos meios de comunicação passaram a compor o panorama comunicacional contemporâneo e a gerar novas formas de interação.

O objeto de estudo desta pesquisa é produto deste cenário em transformação. Um fenômeno de produção e distribuição descentralizada de conteúdo na internet denominado *podcastsing* e a mídia transmitida por esse processo, que emergiu na *web*⁴ no início do século 21, o *podcast*.

O uso desta mídia como suporte de programas de áudio e sua forma de distribuição têm crescido amplamente no Brasil desde o início de seu uso no final do ano de 2004. Devido a caráter de novidade desta mídia e seu contexto de produção e distribuição existem ainda poucos estudos sobre a temática no Brasil. Por esse motivo, torna-se relevante observarmos mais atentamente o desenvolvimento dessa nova forma de comunicação presente nos dias atuais.

Este trabalho pretende lançar um olhar sobre o *podcast* no intuito de delinear os tênues contornos que esse fenômeno assume atualmente. A proposta é apresentar suas principais características, buscando compreender sua linguagem ao observar seus usos e refletir quais são as potencialidades do *podcast* como mídia sonora.

O fenômeno *podcast*

O fenômeno denominado *podcasting* caracteriza-se por uma forma de produção e transmissão de conteúdo, a partir de inúmeros pólos emissores, de forma

⁴ *Web* é um termo popular para world wide web, que em português significa "rede de alcance mundial". É um sistema de documentos em hipermídia que são interligados e executados na Internet. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Web>. Acesso em: 04 de maio de 2011.



direta, atemporal e automática feita através do que se convencionou chamar de “assinatura” de um *feed RSS*⁵, na internet.

A mídia transmitida por esse processo é conhecida como *podcast* ou, como prefere Prado (2008): *audiocast*. Esta é, usualmente, suporte de programas de áudio, motivo pelo qual o termo já se tornou sinônimo de programas sonoros distribuídos de forma direta e automática na internet. De acordo com pesquisa da área⁶, no Brasil, este é o formato mais comum e preferido pelos usuários, sendo distribuído predominantemente em arquivos de formato MP3⁷

Nos primórdios do uso dessa mídia, Alex Primo (2005, p. 1) apresenta a seguinte definição: “*podcasting* é um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na internet.” Apesar deste conceito, o *podcast* é uma ferramenta de distribuição de conteúdo digital via internet, portanto, pode ser suporte também de vídeos, textos, imagens estáticas e até mesmo de pacote de arquivos compactados em ZIP, embora ainda não haja utilização corrente de nenhuma dessas outras formas.

O uso da mídia *podcast* como suporte de programas de áudio e sua forma de distribuição têm crescido amplamente no Brasil desde o início de seu uso no final do ano de 2004. Apesar do desaparecimento de inúmeros *podcasts*, o chamado *podfade*⁸, ocorrido no ano de 2005, a produção e profusão deste formato retornaram com bastante força para a rede a partir de 2006. (ASSIS: 2010).

Principais características do *podcast*

De acordo com Djaine Rezende e Pablo Assis (2007, 2010), pesquisadores brasileiros quem tem estudado o tema, as principais características que diferenciam o *podcast* das demais mídias tradicionais de massa e a coloca como produto da cibercultura são: sua facilidade de produção e sua forma diferenciada de transmissão/distribuição.

⁵ *Real Simple Syndicate* - Tecnologia de distribuição automática de conteúdo na Internet

⁶ PodPesquisa 2009- A segunda edição da pesquisa nacional sobre a audiência de *podcasts*.

⁷ O MP3 foi um dos primeiros tipos de compressão de áudio com perdas quase imperceptíveis ao ouvido humano. A sua taxa de compressão é medida em **kbps** (*quilobits* por segundo), sendo 128 kbps a qualidade padrão, na qual a redução do tamanho do arquivo é de cerca de 90%. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Mp3>. Acesso em: 04 de maio de 2011.

⁸ *podfade*



Como afirma André Lemos (2005) o que ocorre nesse contexto, no que diz respeito à produção e distribuição de conteúdo é liberação do pólo emissor. A acessibilidade aos recursos tecnológicos e a facilidade de distribuição pela internet possibilitou ao usuário e ouvinte comum, antes apenas um receptor, tornar-se também um produtor e divulgador de conteúdos na rede.

Sem a necessidade de altos investimentos e a exigência técnica de produção aplicada aos *mass media*, esse novo meio permite a descentralização das produções, abrindo espaço para uma maior pluralidade de vozes e diversidade de conteúdos. Para a produção de um *podcast*, o novo produtor necessita apenas de um computador, um microfone para gravação e as ferramentas tecnológicas, como: softwares de edição e plataformas para hospedar o arquivo na rede, disponíveis gratuitamente na internet.

O *podcast* é sempre voltado para públicos específicos e, de acordo com Thornton (1996 *Apud* PRIMO, 2005), pode ser considerado uma micromídia⁹. Seu uso tem sido os mais diversos possíveis como, por exemplo: informativos sobre tecnologia, filosofia, design; educativos usados em curso de línguas e ainda guias alternativos de visitas para museus, criados pelo próprio público.

No que tange à distribuição de conteúdo, a dinâmica instaurada pelo sistema *podcasting* é diretamente oposta à forma de transmissão dos meios de comunicação tradicionais massivos, o *broadcasting*, ou até mesmo de outras transmissões via internet que utilizam o *streaming* como as *webrádios*.

Essas possibilidades ocorrem, conforme afirma Assis (2010), porque a base do *podcast* está na tecnologia do *feed* RSS. Esta permite que o usuário desse sistema “assine” o conteúdo de sua escolha, recebendo-o em seu computador ou em um *player* portátil, através de *download* automático feito por um programa agregador imediatamente após sua publicação pelo produtor. É uma transmissão assíncrona.

Isso significa que, o ouvinte/usuário do *podcast* em áudio ou em qualquer outro formato, não precisa acessar *site* ou *blog* onde normalmente ficam disponíveis os arquivos.

Com o *download* do arquivo, o usuário pode ouvir quando e quantas vezes quiser. Essa condição possibilita ao ouvinte usuário a autonomia sobre o momento da

⁹ Thornton chama de micromídia um conjunto de meios de baixa circulação e que visam pequenos públicos, que vão desde impressos rudimentares até ferramentas digitais. (THORNTON 1996 *Apud* PRIMO, 2005, p.3)



recepção, não se limitando mais a horários ou programações. O ouvinte/usuário fica livre para fazer a escuta na seqüência e velocidade que lhe convier, voltando, passando ou saltando partes do programa ou deste para outras mídias.

Isso pode significar a possibilidade de criação de produtos sonoros diferenciados, mais extensos ou de conteúdos mais densos, antes evitados no meio radiofônico, pois o momento e a forma de recepção/ interação com o produto midiático são escolhidos de acordo com a disponibilidade e conveniência do ouvinte usuário. Como afirma André Lemos (2006, p.5) “o rádio massivo coloca o ouvinte em sintonia com uma esfera coletiva; a emissão personalizada permite escolhas de acordo com o gosto pessoal, além de um controle do espaço e do tempo da audição.

Sua disponibilidade tátil é semelhante à que experienciamos com o livro. Kerckhove (2003 apud Rezende 2007, p.7), explica essa relação dizendo que as mídias tradicionais selecionam o tempo de exposição ao usuário apresentando o tempo real não só como realidade física, mas psicológica, determinando a velocidade com que as pessoas processam a informação, em quanto tempo ela processam e quanto dela concluem.

Para o autor o computador e a internet restauram a possibilidade de fechamento oferecida na leitura do texto impresso pois aumentam a duração de atenção e até a qualidade de atenção por que partilhemos as responsabilidades do fluxo o que proporciona razoável nível de independência psicológica.

Formas de interação no *podcast*

Essa nova mídia é um produto característico da cultura digital ora em curso e habitante do ciberespaço ou rede, definido por Pierre Lévy (1999, p.92) como “o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores”. Dentro deste meio as antigas mídias se fazem presentes através do processo de digitalização, o que confere um caráter plástico, fluido, hipertextual e, por isso, com grande potencial interativo, o que para Lévy constitui o principal diferencial, ou em suas palavras, “a marca distintiva do ciberespaço”.

Apresentando de uma forma mais clara, este ciberespaço constitui uma rede hipermidiática, onde é possível a coexistência e complementaridade entre diversas mídias e o acesso não seqüencial a elas através da estrutura do hipertexto. Acerca da hipermídia, Santaella (2003, p.95) afirma:



(...) o primeiro fator de definição da hipermídia como rede está na hibridização de linguagens, códigos, mídias que ela aciona e, conseqüentemente, na mistura de sentidos receptores, na sensorialidade global, sinestesia reverberante que ela é capaz de produzir, na medida mesma em que o receptor e leitor imersivo interage com ela, cooperando na sua realização. (SANTAELLA, 2003, p.95)

Nesse contexto o *podcast* permite ao usuário o acesso a diferentes recursos dentro e fora do arquivo principal como: *links*, ilustrações, textos e vídeos, navegando e fazendo escolhas particulares, não previstas pelo autor/produtor. Esse acesso, a partir dessa nova mídia como suporte de um programa de áudio, pode ser feito de duas formas distintas: através de *hiperlinks* que se apresentam em uma página na internet dentro de *sites* ou *blogs*, onde costumeiramente são “postados” os programas ou anexado ao conteúdo sonoro, com apresentação simultânea a sua execução.

A página que abriga o programa normalmente apresenta a descrição do conteúdo de cada episódio e *links* hipertextuais que dão acesso a outros arquivos, como vídeos e imagens complementares ao áudio - sendo bastante recorrente o uso de vídeos do *YouTube*¹⁰ - conteúdos de promoções e, em alguns casos, de publicidade paga em forma de patrocínio¹¹, o que ainda não é muito comum no Brasil.

Os arquivos presentes nas páginas dos programas complementam e/ou exemplificam alguma informação citada pelos apresentadores no conteúdo sonoro, sendo estes descritos brevemente pelos locutores que, em seguida, propõem ao ouvinte o acesso ao respectivo *site* ou *blog*. Interessante destacarmos que os signos sonoros apresentados nos programas funcionam como índices que apontam para os objetos textuais e imagéticos presentes na página.

Através do site o usuário pode ainda interagir com outros ouvintes/usuários ou com os produtores enviando mensagens de texto na própria página do programa ou por outros meios que podem ser acessados através dela, como serviço de *email* ou mídias sociais, como *Twitter*¹².

¹⁰ *YouTube* é um site que permite que seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital na *web*. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/YouTube>. Acesso em: 05 de maio de 2011.

¹¹ Considerado o primeiro formato publicitário radiofônico, apresenta-se no *podcast* em áudio e na página do site do episódio através de imagem com *link* para o site oficial da empresa ou instituição.

¹² *Twitter* é uma rede social e servidor para microblogging, que permite aos usuários enviar e receber atualizações pessoais de outros contatos (em textos de até 140 caracteres, conhecidos como "*tweets*"), por



Existe ainda a possibilidade de, através do próprio arquivo de som, que neste caso é produzido em um formato diferenciado, visualizar imagens na tela do dispositivo de execução, que surgem simultaneamente ao que está sendo apresentado. É possível também incorporar *links* e dividir o programa em capítulos, permitindo ao usuário navegar de forma alinear pelo conteúdo sonoro, selecionando o que deseja ouvir dando saltos em sua escuta. Essa é uma versão “melhorada” do *podcast* denominada *Enhanced* que usa um formato de áudio da *Apple* diferente do MP3 convencional.

Com essas funcionalidades, o *podcasting* extrapola a simples escuta oferecendo imagens, além de capítulos e links para navegação no interior do programa e na Web. Quebra-se assim a linearidade da escuta e oferece-se recursos hipertextuais e multimídia. (PRIMO, 2005, p.15)

Podcast: Uma metáfora radiofônica

Apesar de constituir um fenômeno na área da comunicação contemporânea e um produto da cultura digital, estes programas são produzidos ainda sobre forte influência da linguagem do meio radiofônico tradicional. Como afirma Lemos (2005) pode-se considerar o *podcast* ainda uma metáfora do rádio e de acordo com Medeiros (2007, p. 5) um dos quatro modelos de apresentação do *podcast* em áudio é o modelo metáfora “que possui características semelhantes ao de um programa de rádio de uma emissora convencional”.

Estes programas ainda não possuem um padrão para duração, formato, conteúdo ou linguagem. Por isso, convém observar as novas possibilidades de apresentação que surgem através deste meio. A partir da liberdade de experimentação permitida e estimulada no contexto fluido e híbrido das mídias digitais atuais, onde este se encontra inserido, Rezende (2007, p.4) argumenta:

A produção do *Podcast* pressupõe o conhecimento básico do ferramental tecnológico, mas prescinde do domínio das técnicas de produção sonora aplicáveis aos *mass-media*. A maior parte deles é conduzida de forma intuitiva e sob o forte referencial da linguagem radiofônica, ao mesmo tempo em que, afastados da

rigidez da técnica, estão abertos para combinações e formatos inusitados. Essa liberdade na experimentação e na criação de conteúdo sonoro, caracteriza o que chamamos de “working progress”. Trata-se de uma experimentação coletiva, imediata e contínua, já que o *podcaster* pode modificar o formato, alterar conceitos e idéias a cada programa publicado a partir de sua própria avaliação ou da resposta instantânea dos usuários e dos colegas da comunidade. (REZENDE, 2007, p.4)

O que fica visível nesse cenário é que a mídia *podcast* ainda está passando por um processo de experimentação e busca por sua linguagem e potencialidades técnicas. Como ocorre com todo novo meio de comunicação ele tem se apropriado da linguagem de meios mais antigos, tendo como forte referência o rádio hertziano. Este fato, porém é comum na história dos meios de comunicação e constitui um processo natural de evolução.

Os primeiros anos de uma nova mídia são ainda de incertezas em todos os sentidos. Podemos citar como exemplo, a televisão na década de 1950 no Brasil, que importou e vendeu os mesmos programas de sucesso do rádio com os mesmos artistas, a mesma estrutura e linguagem. Porém, com o seu desenvolvimento e aprimoramento conseguiu definir sua própria linguagem, específica para um meio audiovisual. De acordo com Plaza (1998 apud REZENDE, 2007, p. 6):

(...) as novas mídias tem a capacidade de recriar linguagens. Para o autor, cada uma delas tem a capacidade de ampliar, incluir, conservar e transmitir as iconografias artesanais e industriais de comunicação, ao mesmo tempo em que constituem novos sistemas de representação, de conhecimento e também de difusão cultural. (PLAZA, 1998 apud REZENDE, 2007, p. 6)

Entrevistas, debates, música, dramatizações com direito a efeitos de som e uma seleção, muitas vezes cuidadosa, de trilhas sonoras. Os *podcasts* têm sido um meio aberto a experimentações, palco onde se apresentam os mais diversos temas e personagens, agregando recursos de todas as mídias existentes para um público segmentado. Nele se mesclam gêneros e formatos radiofônicos com apoio de imagens estáticas e em movimento e suas linguagens. Como afirma Primo (2005, p.20):

Na verdade, o *podcasting* vai além do áudio, incorporando imagens e navegação hipertextual. Ou seja, mais do que tratar da



escuta, é preciso também discutir como o público usa suas mãos e olhos durante o processo. Em tempo, será que o termo “ouvinte” ainda faz sentido em tal situação? (PRIMO, 2005, p.20)

Considerações Finais

Como vimos nos tópicos anteriores, os arquivos sonoros produzidos e distribuídos através do sistema *podcasting* ainda não possuem um padrão para produção no que diz respeito à duração, formato, conteúdo e linguagem. O que demonstra que este meio ainda não possui uma linguagem definida, o que resulta, muitas vezes, na reprodução de formatos da mídia tradicional.

A partir das constatações possíveis através das informações coletadas surgem ficam algumas perguntas no ar algumas indagações acerca dessa mídia e seu processo de transmissão, tais como: Quais suas raízes e qual o resultado da mescla de linguagens nesse meio? Como o ele se utiliza da linguagem, dos gêneros e formatos do rádio? O que descontinua e o que atualiza em sua própria linguagem? Como se apresenta a herança hertziana? Faz-se necessário um estudo mais aprofundado e atento acerca desta mídia e suas possibilidades

Tendo em vista o contexto apresentado pretende-se através de estudos futuros primeiramente mapear algumas experiências relevantes com essa mídia no Brasil para uma observação mais aproximada. A partir daí a proposta é observar como se constitui o *podcast* na tentativa de delinear sua estrutura e compreender a sua linguagem atual, partindo da análise de um produto onde o elemento chave é o som, mas que apresenta signos no campo textual e imagético agregados gerando novas formas de interação. Como afirma Prata:

A realidade que se avizinha é a convergência das mídias, isto é, rádio, televisão, jornal, revista, livro, telefonia e tudo mais o mais que se entende por processo de comunicação convivendo num mesmo suporte, a internet. Um dos mais desafiadores objetos de pesquisa, é certamente, sobre a linguagem de cada um desses processos comunicativos em meio digital. Trata-se de um campo profícuo para investigações, tanto na área da linguagem, como da comunicação. (PRATA, 2009, p.48)



Devido a caráter de novidade desta mídia e seu contexto de produção e distribuição existem ainda poucos estudos sobre a temática no Brasil. Por esta razão é importante acompanhar o seu desenvolvimento, descobrir os seus usos observando sua evolução e registrando as alterações na forma de produção e apresentação. A pesquisa propõe novos caminhos investigativos de análise desse fenômeno da era digital, compreendida a partir dos processos de criação, enriquecendo assim as possibilidades de se pensar as novas mídias e suas linguagens.

Referências Bibliográficas

BUFARAH, Álvaro. *Rádio na Internet: convergência de possibilidades*. In XXVI Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação Intercom. Comunicação ao Núcleo de Mídia Sonora. Belo Horizonte, 2003.

LEMONS, André – **Podcast. Emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura**. Disponível em http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und/404_46.htm, consulta feita em 20/05/2007.

MEDEIROS, Macello Santos de. In XXVI Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação Intercom. Comunicação ao Núcleo de Mídia Sonora. Belo Horizonte, 2003.

PIERRE, Lévy. **Cibercultura**. São Paulo: Ed.34, 1999.

PRADO, Magaly Parreira do. *Audiocast nooradio – Redes Colaborativas de Conhecimento*. Trabalho apresentado no NP Rádio e Mídias Sonoras do Intercom - VIII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. 2008.

PRATA, Nair. **Webradio: Novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Enfoques e desfoques no estudo da interação mediada por computador. In: BRASIL, A. et al. (Eds.). *Cultura em fluxo: novas mediações em rede*. Belo Horizonte: PUC Minas, 2004. p. 36-57.



SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pos-humano**: Da cultura das mídias a cibercultura. São Paulo: Paulus Editora, 2003.

REZENDE, Djaine Damiani. **Podcast. Reinvenção da comunicação sonora**. Trabalho apresentado no VII Encontro dos Núcleos de Pesquisa em Comunicação – NP Tecnologias da Informação e Comunicação. XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Santos – 29 de agosto a 2 de setembro de 2007

MEDITSCH, Eduardo (org). *Teorias do Rádio – Textos e Contatos 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.