



O podcast jornalístico¹

Monique Hellen PALUDO²

Elisa Ferreira ROSEIRA³

Universidade Estadual do Centro-Oeste, Guarapuava, PR

RESUMO

O podcast é um arquivo de áudio pessoal transmitido por demanda. Esse formato ainda recente surgiu com um advento da tecnologia aplicada à comunicação e é cunhado pela convergência midiática. O objetivo desse trabalho é analisar se quando o conteúdo veiculado em um podcast for jornalístico, ele pode ser considerado como uma produção de radiojornalismo. Aqui se pretende analisar também a possibilidade dessa nova mídia ser descentralizadora de informações.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo; novas mídias; podcast; rádio; radiojornalismo.

TEXTO DO TRABALHO

A crescente ascensão das novas tecnologias aplicadas à comunicação gera o acréscimo de novas mídias e, também, novas formas de se fazer jornalismo. Com o advento e a popularização da Internet, e ainda, a convergência midiática, diferentes formatos surgiram. Um deles é o podcast. Essa denominação se refere a um arquivo digital de áudio, geralmente nos formatos MP3, publicado na internet. O nome vem da junção entre *iPod*⁴ (Personal on Demand) e *broadcast* (transmissão de televisão ou rádio). A resultante, *podcast* seria, assim, uma transmissão de rádio (ou áudio) pessoal por demanda. Esse formato ainda não é tão popular quantos os blogs⁵, mas tem se tornado complementação de conteúdo destes. O grande atributo creditado ao formato é, além daqueles já existentes no rádio, a possibilidade de fazer o download (baixar) o

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Acadêmica de Comunicação Social – habilitação em Jornalismo da Universidade Estadual do Centro-Oeste, mopaludo@gmail.com, email: mopaludo@gmail.com

³ Professora do Departamento de Comunicação da Universidade Estadual do Centro-Oeste do Paraná. Doutoranda em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. elisaroseira@hotmail.com

⁴ iPod é um tocador de arquivos de áudio da marca Apple.

⁵ Blog ou Weblog inicialmente eram sites com diários online, onde o autor publicava textos com o relato dos acontecimentos de sua vida pessoal. Atualmente, além dos diários, os blogs são usados também para outros fins, como publicação de notícias, análises de ordem pessoal e temáticos. A popularização dos blogs ocorreu nos Estados Unidos em 1999 e o Brasil em 2000. De acordo com o FOSCHINI e TADDEI, o número de blogs dobou a cada semestre no período entre 2002 e 2006.



arquivo no computador e transferi-lo para tocadores de MP3 ou telefones celulares com a mesma tecnologia, possibilitando que seja ouvido em qualquer lugar. Entretanto, é possível publicá-lo com um tocador online, oferecendo a opção de ouvi-lo ainda na internet.

De acordo com André Lemos (2005):

O podcast é assim um sistema de produção e difusão de arquivos sonoros que guardam similitudes com o formato dos programas de rádio. O sistema funciona da seguinte forma: com um computador doméstico equipado com um microfone e softwares de edição de som, o usuário grava um programa (sobre o que quiser), salva como arquivo de som (MP3, por exemplo) e depois torna-o disponível em sites que são indexados em agregadores RSS⁶ (LEMOS, 2005, online).

Ainda nessa conceituação, Lemos cita que o podcast é semelhante a um programa de rádio, o que incita uma polêmica que alimenta artigos científicos recentes: semelhante a um programa de rádio, mas não pode ser considerado material de radiojornalismo?

É preciso salientar que o objetivo desse trabalho é refletir sobre os podcasts com conteúdos jornalísticos, se eles são ou não caracterizados ou classificados como radiojornalismo e a possibilidade desse formato ser um descentralizador da informação. Há uma grande variedade de podcasts disponíveis na Internet, porém, nem todos com apresentação de material jornalístico.

Medeiros (2006) é taxativo na diferenciação do podcast e do rádio e coloca ambos em situações de oposição radical. As justificativas utilizadas pelo autor abordam as questões técnicas e de produção do meio de comunicação rádio e o podcast.

[...] 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”! (MEDEIROS, 2006, p. 9). (grifo do autor)

⁶ RSS é uma sigla em inglês para *Rich Site Summary* ou *Really Simple Syndication*. É um modo simplificado de apresentar um conteúdo publicado em sites, geralmente resumido. São visualizados em agregadores de conteúdo. Muito utilizados atualmente em blogs e sites, é creditado ao sistema a facilidade de aumentar a fidelidade dos receptores.



Outro autor que colabora na construção dessa discussão é André Lemos, que ressalta a co-existência de ambos em resposta ao questionamento de o podcast ser o substituto do rádio, passando esse a inexistir.

Não se trata da substituição de um formato por outro, já que os dois sistemas suprem necessidades não concorrentes: 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. (LEMOS, 2005, online).

Conclui-se que quando Lemos explica a coexistência e não substituição de dois formatos, o autor considera que sejam distintos. Dessa forma, concordando com Medeiros (2006) que podcast e rádio são coisas diferentes. Já Ferraretto (2007) acrescenta outra visão ao argumento. Para ele, existe a possibilidade de considerar o podcast como rádio:

[...] pode-se, de certo modo, dizer que, na atualidade e sob a influência de novas modalidades suscitadas pelo avanço tecnológico, constitui-se rádio aquilo ao qual o ouvinte atribui esta caracterização, aquilo que ele necessita, identifica e utiliza como tal. Em termos da forma e do conteúdo da mensagem, a referência tem de ser a presença de elementos que conformam a chamada linguagem radiofônica: a voz humana, a música, os efeitos sonoros e o silêncio. Há que pressupor, ainda, alguma estratégia de sintonia. Tudo isto, considerando também que o público, tomado anteriormente apenas como ouvinte, passa a ser encarado como usuário multimídia, vagando, no espaço real ou virtual, de uma a outra forma de obter conteúdo ou, para usar um termo desta nova era, *surfando* entre elas. (FERRARETO, 2007, pg. 8) (grifo do autor)

Como já apresentado, não há um entendimento pacífico sobre a classificação de podcast como rádio ou não. Mas a reflexão aqui proposta está na possibilidade de esse formato ser considerado ou não como radiojornalismo. Até onde era sabido, o radiojornalismo era o jornalismo praticado em rádio. Se o podcast não é considerado por alguns autores como um novo formato de rádio, como classificar os podcasts frutos de produções jornalísticas?

Apesar das explicações dos autores elencados no título anterior, não foi possível encontrar a justificativa para não caracterizar o material jornalístico produzido



e veiculado através de podcasts como radiojornalismo, por exceção do conceito de radiojornalismo explicitar que esse é o jornalismo veiculado pelo rádio.

Os elementos que configuram a classificação de radiojornalismo estão relacionados às características pertinentes ao jornalismo veiculado nesse meio. A linguagem, a proximidade com o receptor (mesmo que não física), os atributos sonoros, o silêncio, texto ágil, com frases curtas e sempre na ordem direta são algumas das características que configuram ao jornalismo tal classificação (PRADO, 1985). Excluindo a possibilidade de classificá-lo apenas por sua veiculação no rádio.

Mesmo que não seja considerado como rádio, o podcast *jornalístico* utiliza-se das características do radiojornalismo enquanto jornalismo de recurso auditivo. Muito embora McLuhan (1969) defina que o meio é a mensagem, nesse caso, não se questiona se o meio é o mesmo, mas a mensagem é codificada baseada nas mesmas premissas. Não se exclui as características do meio web, porém, a reflexão parte das características que compõe o ofício jornalístico na construção do material.

No mesmo aparelho de telefonia móvel onde é possível escutar uma rádio é também possível armazenar e executar um podcast. As mesmas possibilidades de recursos sonoros apresentadas ao confeccionar um material para veicular em uma rádio estão disponíveis para esse outro formato. A preocupação com a clareza, a fluidez e o entendimento da mensagem é igual em ambos os casos. A estrutura de texto, como já citado, é também a mesma. O público é o alvo da comunicação em ambos os casos, em particular no podcast, o público pode ser mais segmentado, o que não interfere na objetivação de um público. Qual seria então a diferença entre o fazer jornalismo com recursos auditivos para o rádio e um podcast jornalístico?

No que tange a descentralização da informação, não se pode deixar de citar que o podcast muito difere do rádio convencional. Considerar essa possibilidade de descentralização opõe essa nova mídia do rádio. Como ressalta Prado (1985), o rádio é unidirecional e centralizador:

Pois bem, em sua organização tradicional, o rádio utiliza o esquema comunicativo clássico: emissor – meio – receptor. Este esquema é unidirecional, vertical e hierárquico, características estas que impedem a comunicação (PRADO, 1985, p. 18).

Costa explica que os meios de comunicação de massa estiveram sempre relacionados com a centralização da informação. E, também, com o fato de a



informação ser direcionada apenas de um dos lados, no caso do meio de comunicação para o público. Já as mídias digitais podem ter um direcionamento plural e descentralizar a informação.

Se a comunicação de massa tendeu sempre à centralização e à unidirecionalidade, com poucos dirigindo-se a muitos (a massa), nas mídias digitais esse modelo se desregulamenta, sendo possível um usuário falar com outro, um dirigir-se a muitos, muitos comunicarem-se com muitos e um navegador isolado interagir apenas com a máquina (COSTA, 2002, p.82)

Nesse sentido, Medeiros (2005) considera que esse novo formato também deve contribuir, além da descentralização da informação, com interatividade. Uma das características da web é promover a interatividade e, assim, a participação ativa do público desde a seleção das informações até a produção de materiais. O podcast, como mídia suportada pela web, também se enquadra nessa transformação do fluxo comunicacional.

A descentralização na obtenção das informações pelos usuários e na produção de conteúdo das novas mídias transferiu para o usuário a possibilidade de escolha, que não era possível nas antigas mídias. O “poder” na mão do usuário foi propiciado principalmente pelas ferramentas interativas disponibilizadas na Internet. Podemos, agora, agir de forma interativa e imediata, sendo também emissores no processo (Ibidem, 35). Diferentemente dos meios de comunicação de massa que centralizam o poder de emissão de conteúdos, num fluxo de comunicação em um só sentido (de um pra todos), as novas tecnologias permitem um fluxo diferenciado de todos para todos (MEDEIROS, 2005, p. 5).

Ainda Medeiros (2005) ressalta que a pluralidade de direções da informação, fator que gera a mudança no fluxo comunicacional supra citada, e a inexistência de uma censura previamente imposta são, também, importantes características desse formato.

Ainda não existem restrições (censura) ou qualquer tipo de controle quanto ao conteúdo encontrado nos podcast. Essa é uma das características do Podcasting que difere de outros tipos de transmissões sonoras via Internet, na qual o fenômeno atual leva uma certa vantagem em relação aos menos recentes. A única “lei” nesse caso é obedecer sempre à principal idéia de produção sem intermediários: “direto de quem produz para quem consome” (MEDEIROS, 2005, p. 3).



Haja vista a quantidade de materiais jornalísticos produzidos diariamente e disponibilizados na Internet e a descentralização da informação que ocorre através de blogs e sites de comunicação alternativos, o podcast aparece como uma oportunidade de popularização do meio, além da também descentralização da informação produzida na esfera do jornalismo.

Uma das características mais interessantes da Internet são o pluralismo de opiniões e a facilidade de expressar o pensamento (GOMES, 2001). Isso teria um efeito direto na formação da opinião pública, pois o acesso a informação noticiosa, por exemplo, é facilitado, o poder de detenção da informação deixa de pertencer aos meios de comunicação, e a função de informar deixa de ser somente do jornalista. Segundo Wilson Gomes,

“há a diminuição da dependência, por parte do cidadão comum, da imprensa tradicional na formação da sua opinião política sobre temas em questão e sobre o estado dos debates conduzidos sobre a coisa de interesse público” (GOMES, 2001, pg.4).

Essa opinião pública é formada a partir de inúmeras perspectivas e está condicionada a diversos fatores porque “cada grupo dispõe da ideologia que convém ao papel que ele deve preencher na sociedade de classe” (ALTHUSSER apud SIMONETTI JÚNIOR, 2002). A partir dessa definição se reconhecem os papéis de explorado, agente da exploração, agente da repressão ou de profissional da ideologia, neste caso, o meio como responsável pela consciência e respeito através da sua moral, da sua virtude ou da sua “transcendência” aliado ao seu fator histórico.

Trabalhar com podcasts jornalísticos possibilita a existência de um modo de jornalismo com ampla possibilidade de divulgação, independente de qualquer grande empresa de comunicação. Não que estas não façam uso do novo formato, mas não havendo a necessidade de grandes dispênsas financeiras, aumenta o uso desse tipo de canal para a distribuição e divulgação de materiais jornalísticos alternativos.

A conexão com a Internet pode, ao mesmo tempo em que oferece inúmeras novas possibilidades, restringir essa função de descentralização da informação. Uma vez que os arquivos de áudio são muito mais pesados do que os textos (modo que também é oferecido jornalismo na Internet), a conexão à Internet é providencial para o uso dos podcasts. Não fica impedido de usá-los se não tiver banda larga, mas fica limitado, haja vista o tempo que será necessário para um *download*. E, a Internet não é acessível a todos. Os custos com o computador e a conexão ainda impede muitos de se conectarem



na rede mundial de computadores. A inclusão digital está melhorando essa realidade, mas ainda não a transformou.

Muito embora o podcast detenha características que lhe conferem uma vantagem sobre os outros meios convencionais, o fato de a internet com grande velocidade e a aquisição de tocadores de mp3 não sejam acessíveis a toda a população, torna esses benefícios privilégio de poucos.

No entanto, o Podcasting tem também suas falhas por se tratar ainda de uma inovação muito recente na Internet. Uma delas seria a questão da tão sonhada banda larga. Somente através de uma conexão em alta velocidade pode-se ter uma fruição total das vantagens trazidas com este invento. Os arquivos sonoros são, em muitos casos, grandes e “pesados” para serem transmitidos analogicamente, e, aliado a isso, o acesso à banda larga ainda é caro para a maioria da população. Um outro problema refere-se aos dispositivos “tocador de MP3”, como, por exemplo, o Ipod do fabricante Apple. Estes dispositivos ainda são de difícil acesso para a maioria da população e a falta de um dispositivo destes, inviabiliza o processo de Podcasting em sua plenitude (MEDEIROS, 2005, p. 10).

As inovações geram problemáticas também novas. Além da acessibilidade, não havia até o surgimento dos podcasts outro modo de fazer jornalismo de áudio que não fosse através do rádio. Encontra-se, assim, a justificativa para a falta de nomenclatura (aqui escolhida jornalismo de áudio) e teorias mais abrangentes. Mas não se pode suprimir uma inovação por não se encontrar nomenclaturas, teorias ou manuais destinados única e exclusivamente a ela. Contribui-se para o desenvolvimento participando de debates e pesquisas a respeito. Não obstante, é preciso também incluir novidades em conceituações ou teorias pré-existentes.

Herreros (HERREROS apud FERRARETTO, 2007) explica que as novidades podem mudar as perspectivas e concepções de um meio:

A internet modifica as maneiras pelos quais se informam as pessoas. Os usuários passam a ter um poder que antes não possuíam, tanto para buscar e contrastar como para incorporar informação gerada ou conhecida por eles. Têm acesso à rede como um auto-serviço. Esta visão modifica plenamente o panorama dos meios de comunicação e em particular do rádio. Ou o rádio busca a personalização da informação, a interatividade, o auto-serviço, ou perderá a capacidade de penetração na nova sociedade. (FERRARETTO, ANO, pg. 7)



No entanto, as facilidades para a produção e divulgação de podcasts na rede mundial de computadores não retira a necessidade de estudo e análise do fazer jornalístico. Tendo em vista que nem na visão mais positiva se pode considerar todo e qualquer podcast como um material de jornalismo. Encontrar uma ou duas características, como ser baseado na voz humana e ter um modo de disseminação (no caso é o sistema de *feeds* RSS), não é o suficiente para classificá-lo como tal. Há a necessidade de outros elementos fundamentais do radiojornalismo, até então praticados apenas no rádio, como os recursos sonoros, o silêncio e, principalmente, o aspecto jornalístico de produção do material.

Refletir acerca dessa temática, da configuração do podcast como radiojornalismo ou não, alerta para a necessidade de estudos direcionados para o objeto em questão. Como apresentado no título “Podcast Jornalístico como ferramenta na descentralização da notícia”, esse novo formato pode contribuir para o desenvolvimento da comunicação em um palco mais democrático. Para tanto, há a necessidade, não de regulação, mas de investigação, pesquisa, análise e reflexão sobre os rumos e possibilidades que se abrem através dessa inovação.

Concluir esse trabalho não significa encerrar ou esgotar esse assunto. Tendo em vista que as novas mídias, em particular o podcast, trazem novos desafios, pretende-se com esse estudo fazer uma provocação para que a discussão e o desenvolvimento acerca desses novos paradigmas da comunicação sejam incentivados.

REFERÊNCIAS

COSTA, Maria Cristina Castilho. **Ficção, Comunicação e Mídias**. São Paulo: Ed. SENAC, 2002.

FERRARETTO, L. A. **Possibilidades de convergência tecnológica**: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. In: 30º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2007, Santos. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0046-1.pdf>>, acessado em 03 de novembro de 2010.

FOSCHINI, Ana Carmem; TADDEI, Roberto Romano. **Conquiste a rede**: blog. Disponível em http://pt.globalvoicesonline.org/wp-content/uploads/2007/08/conquiste_a_rede_blog.pdf acessado em 03 de novembro de 2010.

GOMES, W. **Opinião política na Internet**: Uma abordagem ética das questões relativas a censura e liberdade de expressão na comunicação em rede. In: X Encontro Anual da Compós,



2001, Brasília. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/etica/txts/opiniaopolitica.pdf>>, acessado em 03 de novembro de 2010.

LEMOS, André. **Podcast. Emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura.** In: ANO 5, VOL 1, N. 46 junho/2005. Publicação do Ciberpesquisa - Centro de Estudos e Pesquisas em Cibercultura. Disponível em <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und>>, acessado em 03 de novembro de 2010.

MEDEIROS, M. **Podcasting: Um Antípoda Radiofônico.** In: INTERCOM, 2006, Brasília. Intercom, 2006. Disponível em <<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/20112/1/Macello+Santos+de+Medeiros.pdf>>, acessado em 03 de novembro de 2010.

MCLUHAN, Marshall. **O meio é a mensagem.** Rio de Janeiro: Ed. Record, 1969.

PRADO, EMILIO. **Estrutura da informação radiofônica.** São Paulo: Ed. Summus, 1985.

SIMONETTI, J. **O Capixaba e o Outro: representação da identidade cultural no jornalismo impresso do Espírito Santo.** UFBA, 2002. In: Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/texto.php3?html2=simonetti-joao-capixaba-e-o-outro.html>>, acessado em 03 de novembro de 2010.