

## Reflexões sobre o lugar do podcast no cenário da mídia sonora

*Considerations on the role of podcast in the audio media scenario*

*Reflexiones sobre el lugar del podcast en el panorama de los medios sonoros*

Wellington Borges da Silva; Izani Pibernat Mustafá

### Resumo

Esse artigo visa revisitar os conceitos de rádio expandido de Kischinhevsky (2016) e rádio hipermidiático de Lopez (2010) e discutir como essas definições se posicionam em face às novas discussões, e onde se situa o podcast nos estudos de mídias sonoras nos dias atuais. Busca-se entender se já é possível identificar um descolamento desse modelo de produção e escuta em relação ao rádio tradicional. Para isso, partiu-se da entrevista de Richard Berry publicada na **Radiofonias** (2020) e realizou-se entrevistas semiestruturadas com três pesquisadores brasileiros que são referências na área de rádio e do podcasts: Luana Viana (2023), Luãn Chagas (2023) e Luiz Artur Ferraretto (2023).

**Palavras-chave:** Podcast; Rádio; Rádio expandido; Rádio hipermidiático; Mídias Sonoras.

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 30/06/2023 aceito em: 20/11/2023.

>> **Como citar este texto:**

DA SILVA, Wellington Borges. MUSTAFÁ, Izani Pibernat. Reflexões sobre o lugar do podcast no cenário da mídia sonora. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 14, n. 02, p. 61-77, jul./out. 2022.

### Sobre os autores

Wellington Borges da Silva  
[wellingtonborgessilva@gmail.com](mailto:wellingtonborgessilva@gmail.com)

<https://orcid.org/0009-0009-9032-8221>

Mestrando do do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz. Possui graduação em Jornalismo pela Faculdade Sul-Americana (2009) e especialização em comunicação em mídias digitais, pela Estácio de Sá. Atualmente é jornalista da Prefeitura Municipal de Canaã dos Carajás-PA. Atuou como repórter em rádio, apresentador e comentarista e assessor parlamentar na Câmara Federal.

Izani Pibernat Mustafá  
[izani.mustafa@gmail.com](mailto:izani.mustafa@gmail.com)

<https://orcid.org/0000-0003-1229-6171>

Professora adjunta do curso de graduação em Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus Imperatriz. Doutora em Comunicação Social (PUCRS), coordena o Grupo de Pesquisa Rádio e Política no Maranhão (RPM), cadastrado no CNPq, e é diretora de comunicação da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia.

**Abstract**

This article aims to revisit the concepts of expanded radio (Kischinhevsky, 2016) and hypermedia radio (Lopez, 2010) and discuss how these definitions are positioned in the face of new discussions, and where the podcast is located in sound media studies today. We seek to understand whether it is already possible to identify a detachment of this model of production and listening in relation to traditional radio. To do this, we started with the interview by Richard Berry published in **Radiofonias** (2020) and semi-structured interviews were carried out with three Brazilian researchers who are reference in the area of radio and podcasts Luana Viana (2023), Luã Chagas (2023) and Luiz Artur Ferraretto: (2023).

**Keywords:** Podcast; Radio; Expanded radio; Hypermedia radio; Sound media.

**Resumen**

Este artículo tiene como objetivo visitar los conceptos de radio ampliada (Kischinhevsky, 2016) y radio hipermedia (López, 2010) y discutir cómo estas definiciones se posicionan frente a nuevas discusiones y dónde se ubica el podcast en los estudios de medios sonoros hoy. Buscamos comprender si ya es posible identificar un desprendimiento de este modelo de producción y escucha en relación con la radio tradicional. Para ello, partimos de la entrevista de Richard Berry publicada en **Radiofonias** (2020) y se realizaron entrevistas semiestructuradas a tres investigadores brasileños que son referencia del área de radio y podcasts: Luana Viana (2023), Luã Chagas (2023) y Luiz Artur Ferraretto (2023).

**Palabras clave:** Podcast; Radio; Radio expandido; radio hipermedia; Medias de sonido.

**Introdução**

Desde 2004, quando pela primeira vez foi usado o termo podcast para se referir ao conteúdo de áudio com escuta sob demanda, muitos estudos vêm tentando categorizá-lo. No Brasil, criou-se um consenso de estudiosos do tema para defini-lo como uma expansão do rádio para as novas mídias.

Recentemente, no entanto, alguns estudiosos vêm apontando para características próprias desse modelo de escuta, que o diferenciariam do rádio

hertziano e on-line, da mesma forma que hoje diferenciamos o conteúdo em vídeo nos repositórios da internet, por exemplo, da televisão e do cinema.

Neste artigo, longe de tentar esgotar a discussão, foram ouvidos três especialistas e estudiosos de mídia sonora em relação à visão que se tem hoje, em 2023, sobre o podcast. Para isso, realizamos inicialmente uma revisão bibliográfica do tema a partir de autores como Berry (2020), Kischinhevsky (2016), Lopez (2010), Gambaro (2019; 2021) e Meditsch (2010). Como metodologia utilizamos a técnica da entrevista semiestruturada para apresentar as três opiniões sobre o assunto. Para isso foram entrevistados os pesquisadores que são referências na área: Luana Viana, da Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Luiz Artur Ferraretto, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), e Luãn Chagas, da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT). Tal seleção foi feita devido à relevância das pesquisas que os mesmos desenvolvem sobre mídia sonora em três diferentes regiões do país. As entrevistas foram concedidas em áudio, por meio do aplicativo de mensagens WhatsApp, no mês de junho de 2023.

Utilizando um questionário, solicitamos aos pesquisadores suas opiniões sobre as características do rádio e do podcast, perguntamos sobre qual é o papel do rádio nos dias atuais e como analisam o processo de aprendizagem e troca entre a produção do rádio e do podcast.

A partir dos apontamentos de cada um dos estudiosos, observamos que os três tendem a concordar sobre o posicionamento do podcast como um herdeiro radiofônico, embora vejam características bem próprias nessa nova mídia de escuta e produção. Segundo eles, no início o podcast copiou as características e linguagem do rádio. No entanto, eles concordam que os podcasts estão adquirindo características próprias e inovando na linguagem. Para Ferraretto (2023, informação verbal), o podcast pode se transformar numa instituição social diferente.

## O podcast como extensão do rádio

Embora tenha ganhado cada vez mais público, no Brasil, nos últimos anos, a origem do que se convencionou chamar como podcast, o conteúdo em áudio sobre demanda, remonta a 2004, como destacam Silva e Chagas (2022). A utilização do áudio no *Really Simple Syndication* (RSS) e a assinatura de um "feed" levou ao conceito que o jornalista britânico Ben Hammersley definiu como "podcasting", no artigo "*Audible Revolution*" (Revolução Audível) (SILVA e CHAGAS, 2022, p. 1).

Segundo o autor, o marco no país é o lançamento do Digital Minds em outubro de 2004, criado pelo podcaster Danilo Medeiros (SILVA e CHAGAS, 2022, p. 1). A data de postagem deste primeiro podcast ficou marcada, tanto que, segundo a Rádio Senado, por esse motivo é comemorado, no dia 21 de outubro, o Dia do Podcast no Brasil<sup>52</sup>. Em 2022, pesquisa realizada pelo IBOPE apontou que o Brasil é o terceiro país que mais consome podcasts no mundo, ficando atrás apenas da Suécia e Irlanda, com mais de 30 milhões de ouvintes. De acordo com os dados, mais de 40% dos brasileiros escutaram podcasts pelo menos uma vez nos últimos 12 meses anteriores ao levantamento.

Como demonstrado, mesmo o Brasil já se destacando entre os países que mais consomem esse produto, o número de teses e dissertações sobre o assunto, na área da comunicação, ainda é pequeno. Em uma busca no catálogo de dissertações e teses da Capes, em junho de 2023, é possível encontrar 190 trabalhos com o tema. No entanto, apenas 36 são da área da comunicação, sendo que também há trabalhos em áreas como na educação e na tecnologia.

Em um estado da arte sobre o tema, Luana Viana (2020) também identificou um número pequeno de trabalhos nos anais dos principais congressos, entre os anos de 2004, quando surge o termo podcast, até 2019.

No total, foram encontrados 34 trabalhos distribuídos entre os seguintes eventos nacionais: Encontro Nacional de História da Mídia (Alcar); Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação

---

<sup>52</sup> **Dia do Podcast é celebrado em 21 de outubro no Brasil.** Disponível em: <https://www12.senado.leg.br/radio/1/noticia/2022/10/20/dia-do-podcast-e-celebrado-em-21-de-outubro-no-brasil>. Acesso em: 15 mai. 2023.

em Comunicação, (Compós); Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom); e Encontro Anual da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor). (VIANA, 2020, p. 4)

De lá para cá, o interesse pelo tema vem crescendo. Nos anais do GP Rádio e Mídia Sonora do maior congresso de comunicação, o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom), por exemplo, foram localizados 39 artigos sobre podcasting entre os anos de 2020 e 2022.

#### Como destacam Silva e Chagas (2022)

Desde a criação do podcast em 2004, há uma ausência de consenso sobre o que é esta mídia sonora. No Brasil, inicialmente, pesquisadores de comunicação como Medeiros (2006), questionaram as características radiofônicas do podcast. Para este estudioso, esta mídia sonora não era rádio por dois motivos principais. Primeiro, porque não irradia ondas hertzianas e não tem fluxo contínuo de transmissão. O conteúdo fica disponível na plataforma digital na internet, mas só pode ser ouvido se houver demanda e o internauta acessá-lo. Segundo, porque a produção do podcast é descentralizada e desvinculada de emissora de radiodifusão AM e FM. Ou seja, qualquer pessoa pode produzi-lo. (SILVA e CHAGAS, 2022, p. 9)

Na área da comunicação, no entanto, vem predominando os conceitos de rádio expandido e rádio hipermediático, apresentados respectivamente por Kischinhevsky (2016) e Lopez (2010). Para Kischinhevsky:

É preciso definir o rádio como um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, os sites de jornais, os portais de música. A escuta se dá em AM/FM, ondas curtas e tropicais, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks, tablets; pode ocorrer ao vivo (no dial ou via streaming) ou sob demanda (podcasting ou através de busca de arquivos em diretórios). A escuta se dá em múltiplos ambientes e temporalidades, graças a tecnologias digitais que franqueiam também a produção, a edição e a veiculação de áudios a atores sociais antes privados do acesso a meios próprios de comunicação. (KISCHINHEVSKY, 2016, p. 279)

O autor destaca também o papel do rádio diante das novas tecnologias e o processo de convergência das mídias e que “circunscrever o rádio às ondas eletromagnéticas é condená-lo a um papel cada vez mais secundário diante do

crescimento da internet comercial e do processo de convergência de mídias” (KISCHINHEVSKY, 2012, p. 48). “No início do século 21, escuta-se rádio em ondas médias, tropicais e curtas ou em frequência modulada, mas também na TV por assinatura, via cabo, micro-ondas ou satélite, em serviços digitais abertos e por assinatura, e via internet, de múltiplas formas” (KISCHINHEVSKY, 2012, p. 48).

Para Lopez (2010), o rádio carrega como principal característica o som, e o seu uso, nos dias atuais, ultrapassa as ondas hertzianas, se firmando como hipermidiático.

Vai além da transmissão em antena, ampliando sua produção através da internet e dos dispositivos de rádio digital, mas que ainda mantém sua raiz no conteúdo sonoro. [...] O conteúdo multiplataforma, embora importante, não se apresenta como fundamental para a compreensão da mensagem. Trata-se de uma produção complementar, de aprofundamento, detalhamento, memória ou utilidade pública. (LOPEZ, 2010, p. 140)

A autora considera que o rádio mantém o seu papel na sociedade e o surgimento de novas mídias provoca um processo de adaptação, que não necessariamente vai extinguir um meio. “Não se trata de, como afirmam os mais apocalípticos, uma tecnologia eliminar a anterior, mas sim de um processo de continuidade, evolução e adaptação às mudanças que se dão tanto em relação à tecnologia quanto à sua inserção na comunidade” (LOPEZ, 2010, p. 31).

A ideia reforça o que foi abordado por Jenkins (2008) como Cultura da Convergência, que “presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas” (JENKINS, 2008, p. 30-31). Bolter e Grusin (1999), no conceito de “remediação”, já destacavam “um processo de homenagem e rivalidade entre tecnologias de comunicação, tendo em vista que o novo meio incorpora características de seus antecessores, mas também contribui para a atualização destes últimos”.

[...] um meio é aquilo que remedia. É aquilo que se apropria das técnicas, formas e significado social de outros meios de comunicação e procura rivalizar com eles ou remodelá-los em nome da realidade. Em nossa cultura, um meio nunca pode operar isoladamente, porque precisa estabelecer relações de respeito ou de rivalidade com outros meios. (BOLTER; GRUSIN, 1999, p. 66, tradução nossa).

Mais recentemente, outros autores vêm se debruçando sobre essa discussão, a fim de compreender as separações e intersecções entre as formas de consumo de áudio. Gambaro (2021) propõe o termo “experiência midiaticizada de escuta (EME)”, para definir “o conjunto de ações realizadas pelos indivíduos ao buscar, selecionar, acessar e fruir conteúdo midiático essencialmente sonoro”. Entre as experiências, aponta “a audição de rádio hertziana via aparelho de som, automóvel ou telefone celular; o uso do *streaming* dessa emissora e de seus arquivos de áudio *on-demand*; as contas em serviços de *streaming* musical, o podcast; a assinatura e o acesso a serviços de distribuição de produções sonoras” (GAMBARO, 2021, p. 4). Para o autor, “a prática da escuta deve ser encarada como uma opção de atividade dentre as várias oferecidas ao indivíduo que quer se in-formar, se entreter ou ter companhia” (GAMBARO, 2021, p. 6).

### **O podcast descolado do rádio**

Trazendo um outro olhar para a discussão, recorremos a Berry (2020) que vem apontando um caminho de independência do podcast em relação ao rádio. Para ele, “é verdade que ambos, rádio e podcasts, são meios compostos por som; mas este também é o caso dos audiolivros e não pensamos neles como rádio”.

Eu penso que chamar podcasts de rádio é reduutivo e encerra as discussões sobre o que estamos realmente ouvindo. O rádio é um meio dispersivo, nós o ouvimos enquanto fazemos outras coisas, mas pesquisas mostram que as pessoas gostam de se concentrar nos podcasts; especialmente aqueles como RadioLab, que realmente exigem escuta atenta. As modalidades são diferentes. Podcasting é muito mais ativo. Os ouvintes fazem muitas escolhas, desde assinar ou seguir um programa, até selecionar quando (e onde) ouvi-lo. Os podcasts são um meio para “se jogar” não apenas por causa dessa tomada de decisão, mas por causa da natureza de nicho do conteúdo. (BERRY, 2020, p. 201)

Berry (2020) ainda considera que é preciso levar em conta como os podcasts são vistos pelos produtores, ouvintes e socialmente. “Se os podcasters veem o meio como sendo algo diferente, isso exige respeito. Assim como o filme é diferente da TV e o YouTube é diferente da TV, os podcasts são diferentes do rádio” (BERRY, 2020, p. 202). A explicação para o pesquisador é que “a grande

razão pela qual devemos tratá-los de maneira diferente são as pessoas. Ao chamar podcasts de rádio, estamos sugerindo que aqueles que fazem podcasts estão, de fato, apenas fazendo rádio. O mesmo meio para o qual eles veem seus trabalhos como uma alternativa” (BERRY, 2020, p. 202).

Ele diz que um questionamento que deve ser feito é “quem está chamando os podcasts de ‘rádio’”. “Em alguns casos, aqueles que o fazem são da indústria de rádio, que procura mostrar como seu meio está se adaptando e crescendo, quando na verdade os jovens estão ouvindo menos rádio e mais podcasts”, observa (BERRY, 2020, p. 202).

Berry (2020, p. 203) considera que, “o rádio está aprendendo muito com o podcasting, até porque alguns dos maiores sucessos são gêneros e formatos que o rádio considerava ultrapassados e não mais interessantes”. Para ele, “à medida que os podcasts se tornem bem-sucedidos, o rádio roubará ideias e moldará uma nova informalidade ou estações de música perceberão que as pessoas escutarão longas entrevistas ou até drama”. O autor salienta ainda que “se houver dinheiro aqui, grupos comerciais que produzem rádio vão querer estar neste espaço. Mas não devemos, com isso, entender que rádio e podcasts são a mesma coisa” (BERRY, 2020, p. 203).

É importante retomar aqui o conceito defendido por Meditsch (2010) que inicialmente definiu o rádio como instituição social, e posteriormente como uma instituição cultural.

Há mais de uma década, começamos a questionar o conceito de rádio atrelado a uma determinada tecnologia, procurando demonstrar que melhor do que isso seria pensar o rádio como uma instituição social, caracterizada por uma determinada proposta de uso social para um conjunto de tecnologias, cristalizada numa instituição. Consideramos hoje melhor ainda pensar esta instituição social como uma criação cultural, com suas leis próprias e sua forma específica de mediação sociotécnica, numa analogia ao que propõe a ciência do jornalismo para definir o jornal (MEDITSCH, 2010, p. 204).

Já Gambaro (2019), em sua tese de doutorado, define o rádio como uma instituição social. Para ele, “é preciso entender que instituição social radiofônica significa o resultado de práticas discursivas no campo radiofônico que se realiza



a partir de uma rede de associações, tanto instáveis como duradouras, entre entidades convergentes e divergentes, novas ou historicamente definidas (GAMBARO, 2019, p. 53). Tal contextualização é importante, pois o conceito de rádio e podcast como instituições sociais será retomado posteriormente.

A partir dos conceitos apresentados, entrevistamos três estudiosos e referências na área das mídias sonoras, Luana Viana, Luiz Artur Ferraretto e Luan Chagas, para saber de cada um como o podcast se situa atualmente em relação ao rádio, como descrevem as características de cada meio, qual o papel do rádio na contemporaneidade e como percebem o processo de aprendizagem entre a produção do rádio e do podcast. Para isso, foi utilizada a técnica da entrevista semiestruturada. As perguntas do autor e respostas dos pesquisadores foram por meio do aplicativo de conversas WhatsApp, em junho de 2023.

### **Intersecções entre o podcast e o rádio**

Luana Viana (2023), que é chefe da divisão de Rádio da Universidade Federal de Ouro Preto e professora permanente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFOP, considera que, no seu surgimento, o podcast copiou as características do rádio, o que é natural com todos os meios de comunicação, no início. “O próprio rádio, quando surgiu, pegava muito a linguagem do impresso. As produções eram meras reproduções, leituras de jornais, o que saía no jornal, para com o tempo o rádio conhecer seus potenciais e elaborar sua linguagem própria” (VIANA, 2023, informação verbal).

Para ela, o processo que está sendo visto no podcast é semelhante porque “ele nasce muito ancorado nas características do rádio, mas com o tempo vem desenvolvendo características próprias”, diz a pesquisadora que aponta algumas dessas características. “O podcast é uma mídia mais íntima, o rádio era considerado uma mídia íntima, mas o podcast é um pouco além, por que existe o hábito de ouvir podcast com fone de ouvido, por exemplo, uma coisa que a gente não tem tanto assim com rádio, que fica mais com uma cortina de fundo” (VIANA, 2023, informação verbal).

A pesquisadora e doutora ainda aponta que o podcast também é caracterizado por uma escuta mais atenta, “porque a gente escolhe aquilo que a gente vai ouvir naquele momento, enquanto o rádio já tem uma escuta mais distraída” (VIANA, 2023, informação verbal). Por fim, ela lembra que o podcast vem se mostrando um meio mais independente também.

O rádio se consolida pelos grandes conglomerados midiáticos e o podcast nasce como formato independente. A gente percebe o movimento de podcasters que se destacam e as produções já se juntando a grandes grupos de mídia agora, mas ele ainda tem essa característica da independência e da desintermediação. (VIANA, 2023, informação verbal)

Já o professor de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) Luiz Artur Ferraretto lembra que foi um dos pesquisadores que defendeu inicialmente que o podcast era uma forma de rádio, “que fazia parte daquele rádio que se descolava da transmissão exclusivamente por antena e que assumia uma forma de transmissão, uma forma de consumo do seu conteúdo através da internet” (FERRARETTO, 2023, informação verbal).

Ele recorre a uma metáfora futebolística para mostrar que mudou de ideia: “Esquecemos de combinar com os russos” (FERRARETTO, 2023, informação verbal). A frase é atribuída a Mané Garrincha, um dos maiores jogadores de futebol da história. Na Copa de 1958, antes do jogo contra a União Soviética, o técnico brasileiro à época, Vicente Feola, teria feito uma explanação à equipe de como o Brasil chegaria à vitória, com um gol de Garrincha, que teria respondido com o aforismo. O Brasil acabou vencendo o jogo por 2 x 0, mas com gols de Vavá, e não de Garrincha.

Para Ferraretto (2023), no processo de estudo dos meios de comunicação, “existem riscos de incompreensão, de endeusamentos e demonizações”. Segundo o pesquisador, isso ocorre tanto na análise do rádio, quanto do podcast: “Tecnologia são apenas tecnologias” (FERRARETTO, 2023, informação verbal).

Ferraretto destaca que a ideia de que um meio de comunicação passará incólume às transformações da sociedade não condiz com a realidade. “Aquele

ideia de que o rádio jamais vai morrer, que ele vai viver para sempre, que ele é resiliente, eu também já abandonei esse tipo de certeza, porque a história da humanidade prova que tudo tem um início, meio e fim e tudo se transforma” (FERRARETTO, 2023, informação verbal).

O pesquisador observa o rádio como “uma instituição social que vai sendo recriada culturalmente, foi criada culturalmente e segue sendo recriada culturalmente” (FERRARETTO, 2023, informação verbal), de acordo com o conceito apresentado por Meditsch (2010). Ferraretto considera que muitas ditas “inovações” trazidas pelo podcast foram utilizadas pelo rádio, ao longo da história. Um desses formatos é o que chamam, atualmente, de mesacast, caracterizado pela entrevista ou bate-papo. O professor lembra que “embora exista em rádio, pelo menos de forma sistematizada, desde os anos 60 ou 50, que é a mesa-redonda”.

Ou para falar em práticas que envolvem contação de histórias, são comuns ao rádio, no caso brasileiro, desde os anos 20, quando alguns esquetes de radioteatro começam a ser apresentados no microfone e depois sistematizados na forma de roteiro, e vão dar origem ao radioteatro ou alguns programas humorísticos. (FERRARETTO, 2023, informação verbal)

No entanto, ele considera que há particularidades, sobretudo no que diz respeito à transmissão e consumo, que situam o podcast em um lugar diferente do rádio.

A minha convicção é que pelo uso e pela forma de consumo – não pela forma de produção, que é radiofônica – o podcast está se tornando cada vez mais uma instituição social à parte, que vai ter também a sua lógica [...]. O podcast é radiofônico, mas ele não é rádio. O podcast é uma forma particular de transmissão. (FERRARETTO, 2023, informação verbal)

Ferraretto (2023, informação verbal) também destaca que o próprio uso social dos termos e definições pelas pessoas é um fator a se considerar. De acordo com o pesquisador, “as pessoas definem o uso dessas coisas, que já aconteceu com o rádio, que no início era sinônimo de sem fio, de wireless, que incluía a transmissão ponto a ponto, de A falando com B e B falando com C. O rádio virou A falando para muitos, não é mais radiotelefonia” (FERRARETTO, 2023, informação verbal).

O professor da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT) Luãn José Vaz Chagas afirma que é preciso avançar muito no estudo e nas definições das características específicas no podcast. “Nós temos um consenso de que o podcast é o meio radiogênico, ou seja, usufrui de uma linguagem sonora do rádio, uma linguagem que tem um rádio expandido, hipermediático como características básicas, que se baseia numa linguagem sonora” (CHAGAS, 2023, informação verbal).

O estudioso lembra, no entanto, que alguns pesquisadores, como Richard Berry, já citado e referênciado neste artigo, vêm apontando que é preciso reconhecer a presença desse meio dentro das características radiofônicas, mas é preciso estudar mais ele, “porque já se apontam outras questões como a intimidade, como a desintermediação, como algumas outras coisas que o próprio podcast já carrega por si só como características essenciais, ou seja, seria possível identificar que podcast tem características específicas” (CHAGAS, 2023, informação verbal).

### **O papel do rádio**

Ainda que o podcast venha se consolidando e reforçando características próprias, Luana Viana (2023, informação verbal) acredita que o rádio seguirá “sendo um meio de comunicação importante e influente sim”. “São dois perfis de audiência diferentes. Igual a televisão: não quer dizer que é uma pessoa que ouve rádio, deixa de ver TV e vice-versa. Eles vão coexistir com seus públicos específicos e tornando-se, firmando-se, como dois meios de comunicação diferentes”, considera (VIANA, 2023, informação verbal).

Luãn Chagas (2023, informação verbal) diz que é difícil fazer uma previsão. Ele sustenta que, mesmo com o avanço dos podcasts, pesquisas mostram um aumento também da audiência do rádio tradicional. Ele cita a pesquisa Ibope, em alusão aos 100 anos da primeira transmissão de rádio no país, que demonstra que a escuta média diária aumentou em relação a 2019. Segundo os dados, “o rádio é ouvido por 83% da população brasileira, considerando as 13 regiões

pesquisadas regularmente pela empresa. Três em cada 5 ouvintes escutam rádio todos os dias. 58% estão ouvindo o meio em maior, ou na mesma quantidade nos últimos 6 meses” (ACAERT, 2022, on line).

Quando a gente vai olhar para sua presença nas principais regiões metropolitanas do país e a formatação do rádio no interior do Brasil, a gente vê uma importância muito grande do rádio, enquanto o áudio sob demanda tem crescido cada vez mais no Brasil, mas ainda não atinge a maior parte da população, por que a grande parte das camadas não tem sequer acesso à internet. (CHAGAS, 2023, informação verbal)

Para Chagas (2023), é possível visualizar um cenário em que rádio e podcast terão sua importância. “O Brasil se tornou um dos maiores mercados de podcast do mundo, tem muita inovação e muitas produções sendo estabelecidas, então é possível a gente olhar por esses dois caminhos. A manutenção do rádio como meio expressivo e de muita importância e o crescimento do áudio sob demanda” (CHAGAS, 2023, informação verbal).

Ferraretto (2023, informação verbal), no entanto, diz “ter dúvidas se o rádio tem a mesma relevância que ele tinha há 20 anos”. Ele lembra que, para as novas gerações, o conteúdo sob demanda é uma realidade muito mais presente.

Eu acredito que a gente precisa repensar isso. Nada dura para sempre e nada dura para sempre dentro de uma determinada forma. O que eu vejo no meu dia a dia – e isso não é um dado científico, é uma impressão – é que o jovem se afastou do rádio e está se afastando também da televisão. A ideia de que eu consumo o que enviam no momento em que me enviam e que quem envia quer, ela vai de encontro à ideia de consumo que quero quando eu quero, que me parece é a ideia cada vez mais dominante. (FERRARETTO, 2023, informação verbal).

Para Ferraretto (2023, informação verbal), esse cenário põe em xeque a existência, não de todas as emissoras, ou do meio rádio, mas a existência de várias emissoras. Ele diz enxergar uma tendência de se ter menos emissoras de rádio, concentradas na Frequência Modulada (FM), trabalhando com a ideia de segmentação e de convergência. Na opinião do professor, as emissoras tendem, cada vez mais, a falar com um corte do público e em convergência com todas as possíveis formas de transmissão. De acordo com o pesquisador, “dentro dessa convergência ainda tem a questão da hibridização do rádio com a televisão” (FERRARETTO, 2023, informação verbal).

Precisamos repensar essa coisa de que é *ad eternum*. Essa coisa quase heróica que não tem nada a ver com científico. Tem muito da nossa vontade de pesquisadores, do nosso objeto de culto ter uma vida eterna, já que a gente não consegue ser eterno que o nosso objeto de culto, objeto de estudo seja eterno. (FERRARETTO, 2023, informação verbal)

### **Quem aprende com quem?**

Levando em conta a afirmação trazida por Berry (2020), destacada em nosso referencial, de que o rádio está aprendendo com o podcast, propomos essa discussão aos pesquisadores entrevistados.

Luana Viana (2023, informação verbal) vê uma via de mão dupla. Conforme a professora, “tanto o rádio vai influenciar as produções de podcast, como já tem sido desde os seus primeiros anos, como o podcast agora também influencia o que é produzido no rádio” (VIANA, 2023, informação verbal). Para ela, no ecossistema midiático, todos os meios de comunicação estão em relação, o que corrobora a teoria da cultura da convergência de Jenkins (2008).

Da mesma forma, Ferraretto (2023, informação verbal) destaca que “tudo o que surge no ambiente comunicacional influencia o que já existia e é influenciado pelo que já existia”. No entanto, para ele, o que se vê até o momento, por parte do rádio, é uma tentativa de “transformar conteúdos radiofônicos em podcast, aproveitar esse material de uma forma talvez inadequada, e não criar conteúdos específicos para esse formato” (FERRARETTO, 2023, informação verbal).

De acordo com Luã Chagas (2023, informação verbal), o meio rádio já vem sendo influenciado pelas produções sob demanda, em certa medida.

O crescimento daquilo que a gente chama de segunda a era dos podcasts no mundo, que é a profissionalização das reportagens, as produções da narrativa, da edição aprofundada, e você tem um conteúdo sonoro cada vez mais profissional, tendem a forçar o rádio a produzir para esses espaços e não só replicar, não só repassar os conteúdos que estão no AM e FM para o online como se fosse um repositório, mas também produzir de forma aprofundada, apresentar coisas interessantes apresentar recursos bons para esse público que vai estar lá (CHAGAS, 2023, informação verbal).

Por fim, Ferraretto (2023, informação verbal) chama atenção para a visão

de que não é no conteúdo propriamente dito que está a grande novidade do podcast. “Eu vejo um monte de novidades no podcast, e muitas das coisas que o podcast faz o rádio já fazia. Ao mesmo tempo essa ideia de novidade encobre a grande novidade no podcast que é: Eu consumo áudio que eu quero no momento que eu quero, essa é a grande novidade”, resume o pesquisador (FERRARETTO, 2023, informação verbal).

### **Considerações finais**

O surgimento desse novo modelo de escuta por demanda, que, desde 2004, vem sendo denominado como podcast, ainda é um fenômeno relativamente novo. E por isso tem sido estudado mais recentemente por alguns pesquisadores da área do rádio e das mídias sonoras. É consensual entre os especialistas entrevistados para este artigo que o podcast, no seu surgimento, copiou as características e a linguagem radiofônica. Assim como, no Brasil, o arcabouço teórico nos mostra uma caracterização como uma linguagem, como uma derivação do rádio, de acordo com os conceitos trazidos, de rádio expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e hipermidiático (LOPEZ, 2010).

No entanto, à medida que o podcast vem amadurecendo e as produções se ampliando, é possível perceber características próprias desse produto, em relação ao rádio atualmente produzido. O próprio modelo, de escuta sob demanda, e no fone de ouvido, pressupõe a necessidade de uma narrativa menos datada e mais íntima.

Dois dos pesquisadores entrevistados, Luana Viana e Luã Chagas, afirmam que o podcast está inserido dentro da linguagem radiofônica, no entanto reconhecem como uma linguagem que vem adquirindo características próprias, exigindo uma escuta mais atenta, com uma produção e edição mais cuidadosa, a desintermediação (não necessariamente estar ligado a um veículo de imprensa tradicional). Ainda assim, apostam que o rádio tende a seguir como um meio de comunicação influente entre os ouvintes e com tendências a se adaptar às mudanças do cenário das mídias sonoras.

Já Ferraretto destaca um “endeusamento” do rádio, e considera que o meio vem perdendo espaço e influência entre o público. Ele também lembra que o podcast utiliza a linguagem radiofônica, mas acredita que vem se diferenciando e tende a se tornar “uma instituição social à parte”. Por fim, Ferraretto destaca que a forma de escuta, sob demanda, que dá liberdade ao ouvinte, é a principal novidade trazida pelo podcast.

Ao final deste artigo que se propôs a refletir sobre o lugar do podcast entre as demais mídias sonoras, verificamos que o podcast utiliza a linguagem radiofônica. No entanto, o podcast tem características próprias e cada vez mais está se destacando como uma mídia diferente, que pode ser ouvida sob demanda, a qualquer hora, em diferentes suportes e exigindo do ouvinte uma atenção de escuta atenta. Assim como o rádio é uma instituição social e cultural (MEDITSCH, 2010), porque se caracteriza por um uso social, também o podcast pode estar se transformando numa instituição social e cultural, diferente do rádio. Acreditamos que as opiniões dos três pesquisadores entrevistados para este trabalho apontam para o surgimento de novos conceitos para compreendermos e continuarmos estudando o podcast.

## **Bibliografias**

BOLTER, Jay D.; GRUSIN, Richard. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: MIT Press, 1999.

CHAGAS, Luãn José Vaz. Rádio Expandido e o Jornalismo: as redações radiofônicas na fase da multiplicidade da oferta. **Comunicologia - Revista de Comunicação da Universidade Católica de Brasília**, 10 (1), p. 29-45, 2017.

CHAGAS, Luãn José Vaz. Entrevista concedida ao AUTOR: 20 de Junho, 2023.

CHAGAS, Luãn José Vaz. SILVA, Antonio Carlos. A segunda era dos podcasts no Brasil: Historiografia recente da consolidação da mídia sonora no contexto do rádio expandido. **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**, v. 8, n. 1, 2021.

FERRARETTO, Luiz Artur. Conceitos de rádio: múltiplos olhares ressignificando e atualizando definições. **Radiofonias – Revista de Estudos e Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 12, n. 02, p. 10-29, maio/ago. 202

FERRARETTO, Luiz Artur. Entrevista concedida em 2 de junho de 2023.

GAMBARO, Daniel. A instituição social do rádio:(re) agregando as práticas discursivas



da indústria no ecossistema midiático. São Paulo, 2019. Tese de Doutorado. **Tese** (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) –Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.

GAMBARO, D. (2021). Experiências midiáticas de escuta: Como o rádio se insere no ecossistema midiático atual. **Revista FAMECOS**, 28(1), e37141. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2021.1.37141>.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. In: Richard Berry: “O Rádio está aprendendo muito com o podcasting”. Entrevista: Richard Berry. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 200-204, jan./abr. 2020.

LOPEZ, Debora Cristina; Redin de Quadros, Mirian. O rádio e a relação com o ouvinte no cenário de convergência: uma proposta de classificação dos tipos de interatividade. **Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia**, v. 22, n. 3, jul-set, 2015, pp. 164-181.

MEDITSCH, E. A informação sonora na webemergência: sobre as possibilidades de um radiojornalismo digital na mídia e pós-mídia. In: MAGNONI, A. F.; CARVALHO, J. F. de (Org.). **O novo rádio: cenário da radiodifusão na era digital**. São Paulo: Senac, 2010. p. 203-238.

Rádio é consumido por 83% da população no Brasil; 58% ouvem em maior ou na mesma quantidade, diz Inside Radio 2022. Associação Catarinense de Emissoras de Rádio e Televisão, 21 set. 2022. Disponível em: <https://www.acaert.com.br/noticia/46784/radio-e-consumido-por-83-da-populacao-no-brasil-58-ouvem-em-maior-ou-na-mesma-quantidade-diz-inside-radio-2022>. Acesso em: 23 jun. 2023.

SOUZA, MATHEUS. **Radiojornalismo e convergência digital: uma análise das rotinas de repórteres em emissoras all news**. 2020. Dissertação (Mestrado Comunicação) - Universidade de Brasília, 2020.

VIANA, Luana. Entrevista concedida em 14 de junho de 2023.

VIANA, Luana. Estudos sobre podcast: um panorama do estado da arte em pesquisas brasileiras de rádio e mídia sonora. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n. dez./mar. 2020.