

## Podcast: emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura

*Podcast: sound emission, future of radio and cyberculture*

*Podcast: emisión de sonido, futuro de la radio y cibercultura*

André Lemos

### Resumo

Brecht, nas suas *Teorías de la Radio* de 1932, buscava transformar o rádio em um instrumento de comunicação bidirecional, que fizesse com que cada ouvinte se tornasse também um produtor de informação. Brecht queria uma “*rebelión por parte del oyente, su activación y su rehabilitación como productor*”. Para o dramaturgo alemão “*la radiodifusión debería en consecuencia apartarse de quienes la abastecen y constituir a los oyentes en abastecedores*”. Parece que seu sonho, a sua utopia de reabilitação dos ouvintes como produtores se realiza com o fenômeno mundial dos *podcasts*. Embora não seja como o rádio que conhecemos hoje, com emissão centralizada e difundindo massivamente programas em *streaming*, o *podcasting* usa o formato e a metáfora para fazer com que qualquer um seja produtor de emissões sonoras. Essa é mais uma expressão da cibercultura como liberação do polo da emissão.

**Palavras-chave:** Podcast; Rádio; Cibercultura.

>> **Informações adicionais:** Versão de artigo originalmente publicado na *404n0tF0und*, revista da UFBA à qual a equipe editorial de *Radiofonias* agradece pela cessão. Links indisponíveis foram suprimidos.

>> **Referência original:**

LEMOS, André. Podcast: emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura. **404n0tF0und**, Salvador, v. 1, n. 46, 2005.

>> **Como citar este texto:**

LEMOS, André. Podcast: emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 15, n. 01, p. 12-17, jan./abr. 2024.

### Sobre o autor

André Lemos  
[alemos@ufba.br](mailto:alemos@ufba.br)

<http://orcid.org/0000-0001-9291-6494>

André Lemos é escritor, professor titular da Faculdade de Comunicação (FACOM) da Universidade Federal da Bahia (UFBA) e Pesquisador 1A do CNPq. Tem doutorado em Sociologia pela Université René Descartes, Paris V, Sorbonne (1995). Realizou pós-doutorado nas Universidades McGill e Alberta (Canadá), National University of Ireland (Irlanda) e TIDD-PUC-SP (São Paulo). É coordenador do Lab404 – Laboratório de Pesquisa em Mídias Digitais, Redes e Espaço (<http://lab4040.ufba.br>) do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas (<http://poscom.ufba.br>) da FACOM/UFBA. Membro do Comitê Gestor do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologia em Democracia Digital (INCTDD). Membro titular da Academia de Ciências da Bahia.

### **Abstract**

In his "theories of radio" from 1932, Brecht sought to transform the radio into a bi-directional communication instrument, making each listener a producer of information. Brecht wanted a "rebellion on the part of the eye, his activation and rehabilitation as a producer." For the German playwright, "broadcasting must consequently be separated from those who supply it and constitute its listeners as suppliers." His dream, his utopia of rehabilitating listeners as producers, seems to come true with the global phenomenon of podcasts. Although it is not like the radio we know today, with centralized broadcasting and massive broadcasting of streaming programs, podcasting uses the format and metaphor to make anyone a producer of sound emissions. This is yet another expression of cyberculture as liberation from the emission pole.

**Keywords:** Podcast; Radio; Cyberculture.

### **Resumen**

En sus "teorías de la radio" de 1932, Brecht pretendía transformar la radio en un instrumento de comunicación bidireccional, haciendo de cada oyente un productor de información. Brecht quería una "rebelión del ojo, su activación y rehabilitación como productor". Para el dramaturgo alemán, "la radiodifusión debe, en consecuencia, separarse de quienes la suministran y constituir a sus oyentes en proveedores". Su sueño, su utopía de rehabilitar a los oyentes como productores, parece hacerse realidad con el fenómeno global de los podcasts. Aunque no se parece a la radio que conocemos hoy, con emisión centralizada y difusión masiva de programas en streaming, el podcasting utiliza el formato y la metáfora para convertir a cualquiera en productor de emisiones sonoras. Es una expresión más de la cibercultura como liberación del polo de emisión.

**Palabras clave:** Podcast; Radio; Cibercultura.

## **Podcasting**

O sistema de produção e difusão de conteúdos sonoros conhecido como *podcast* surge no final de 2004. O nome é um neologismo dos termos "iPod" (tocador de MP3 da Apple) e *broadcasting* (transmissão, sistema de disseminação de informação em larga escala). O termo não parece ser muito bom, já que não é necessário um iPod (qualquer tocador de MP3 serve) e não se trata de *broadcast*, mas do que podemos chamar de *webcast*. A [Wikipedia define](#)

*podcasting* como “a method of publishing sound files to the Internet, allowing users to subscribe to a feed and receive new audio files automatically. Podcasting is distinct from other types of audio content delivery because it uses the RSS 2.0 file format. This technique has enabled many producers to create self-published, syndicated radio shows”.

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 [RSS](#) (Really Simple Syndication). O usuário baixa o arquivo para o computador e daí para seu tocador de MP3. O sistema, criado pelo ex-VJ da MTV americana Adam Curry, pressupõe a cadeia completa de produção e de distribuição. *Podcasting* é esse conjunto de tecnologias para produção e distribuição de conteúdo sonoro. Como em outras formas de produção da informação na cibercultura, aparecem problemas de direito de autor (uso de músicas nos *podcasts*, por exemplo). O interessante seria a emergência de programas com licenças de uso do tipo [Creative Commons](#) que garantisse os direitos e as possibilidades de uso livre do conteúdo produzido. Poucos são os *podcasts* que usam [essa licença](#).

O fenômeno é recente, mas em crescimento vertiginoso. Em menos de seis meses de existência, já podemos encontrar no Google mais de 4.940.000 referências para a palavra *podcasting*. Estima-se que há mais de [6 milhões de usuários](#) do sistema no mundo. No Brasil, os *podcasts* começam a surgir em 2005, e hoje podemos contar algumas dezenas, estando, também, em crescimento geométrico. Pesquisa realizada pela Forrester estima que existirão, até o fim do ano, mais de 300.000 *podcasts* e até 2009, 13 milhões.

Há vários tipos de *podcast*, na maioria temáticos: tecnologia, arte, cultura, economia, notícia, literatura, música... Um exemplo interessante é o [Sound Seeing](#), no qual pessoas fazem roteiros não-oficiais de museus. Você pode baixar o roteiro, colocar no seu tocador de MP3 e fazer a visita ouvindo [guias não-](#)

oficiais. Outra experiência interessante é a da BBC, que criou a BBC Radio Podcasts, com mais de 20 programas disponíveis. Trata-se, nesse caso, de uma reação e de um reconhecimento da importância das novas mídias por um gigante do *broadcasting*. Rádios comerciais já estão buscando formas de fazer dinheiro com os *podcasts*. Religiosos também utilizam a tecnologia com os *Godcasts*, *podcasts* de cunho religioso utilizados por diversos cultos (católico, judeu, budista) para manter contato e ampliar o número de fiéis. O leque de opções é crescente e bastante diversificado, tanto em relação aos temas, quanto aos países ou línguas.

### **Liberação das emissões sonoras**

Parece que o que está em jogo com mais essa expressão da cibercultura é a própria redefinição da indústria cultural massiva, no caso, a reconfiguração do “rádio”. A questão que sempre se coloca (com o *open journalism*, com os *blogs*, com os *softwares* livres etc.) é se estamos diante, ou não, da criação de um novo gênero de produção, de novos processos de comunicação e de publicação. Será que podemos chamar de “rádio” arquivos MP3, com formato de emissão radiofônica, gravados por qualquer pessoa e disponibilizados na internet por meio de *blogs* e sistemas RSS para transmiti-los a um grupo de assinantes? O mesmo podemos arguir em relação aos diários virtuais (diários?) ou aos jornais on-line (jornal?). A analogia é com a mídia massiva rádio, mas não seria apenas mais uma metáfora?

Matéria de capa da revista *Wired* de março de 2005 estampava “*The end of radio (as we know it)*”. A revista referia-se aos novos sistemas de emissão radiofônica, entre eles o *podcast*. Vemos aqui um duplo erro, comum nas análises mais apressadas da cibercultura: o fim do meio analógico e massivo; a sua substituição por outro digital e personalizado. Primeiro, não é o fim do rádio como meio de comunicação. O *podcast* só tem a acrescentar aos diversos formatos *broadcasting*. Segundo, tampouco é o fim do rádio como nós o conhecemos hoje, em seus formatos AM e FM. O que estamos vendo é uma

reconfiguração midiática em que ambos os formatos permanecem e têm seus nichos de usuários assegurados. É muito bom poder baixar um programa *à la carte*, mas também é muito bom ouvir um programa massivo no carro ou os comentários dos jogos de futebol nos estádios em tempo real com um radinho de pilha. Usuários com papéis diferenciados, funções diferenciadas e mídias diferenciadas. 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.

Chegamos aqui ao cerne de uma das leis da cibercultura: a lógica da reconfiguração. Não se trata, nos diversos fenômenos contemporâneos, de extinção ou aniquilamento de formatos e meios. A atual revolução das formas de emissão sonora pela tecnologia digital e pelas redes telemáticas não irá fazer desaparecer o rádio massivo (AM ou FM, mesmo que a forma de emissão seja digital). Poderíamos até pensar, em um futuro próximo, em um tocador conectado diretamente à internet. Nesse caso não estaríamos voltando ao *streaming* das atuais rádios AM/FM? No caso da emissão de rádio massiva e da emissão *à la carte* do *podcast*, mantém-se desejos de personalização e de customização que os dois modelos oferecem de forma a enriquecer a paisagem comunicacional contemporânea. A questão é complexa e exige um pensamento que não funcione por exclusão, mas por adição. A lógica da cibercultura não é o “OU” mas, sim, o “E”.

Trata-se efetivamente de liberação do polo da emissão. Na atual cibercultura, *blogs*, fóruns temáticos, sistemas *peer-to-peer* de troca de arquivos, *softwares* livres, *podcasts*, *softwares* sociais, como o Orkut, e tantas outras práticas contemporâneas, atestam essa hipótese. O suposto excesso de informação nada mais é do que a emergência de diversas vozes, exprimindo-se sobre diversos assuntos, e sob diversos formatos, distribuídos ao redor do mundo. Outra característica importante em questão é o princípio de conexão, o compartilhamento de experiências, arquivos, *softwares* em rede. Estamos vendo

esse tripé em ação com os *podcasts*: 1) liberação do polo da emissão (ouvinte-produtor); 2) princípio de conexão: distribuição por indexação de *sites* na rede (RSS) em conexão planetária; e 3) reconfiguração dos formatos de emissão de conteúdos sonoros (em dois polos: o “faça você mesmo” a sua rádio; e as rádios massivas criando programas em *podcasting*, como a BBC).

Brecht, se estivesse vivo, talvez nos oferecesse um *podcast* seu, que provavelmente daria, a cada usuário, a possibilidade de ouvir leituras de suas peças ou de grandes dramaturgos. Ou, com certeza, ele estaria muito feliz vendo sua utopia concretizada na atual difusão sonora dos *podcasts*, onde os que eram apenas ouvintes transformam-se em produtores de informação. A cibercultura está fazendo de cada receptor (espectador, ouvinte, leitor) um produtor em potencial de informação, tornando mais rico e complexo o ambiente comunicacional contemporâneo.

## References

BBC. Next, iTunes will support podcasts. Disponível em: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/4575075.stm>.

BRECHT, Bertolt. **Teorías de la Radio**. Barcelona: Ed. Península, 1973.

BRUNO, Antony. Podcasting lures wary music biz. **Reuters**. Disponível em: <http://www.reuters.com/newsArticle.jhtml?type=internetNews&storyID=8761417>.

DOTINGA, R. Radio Sets Eyes on Podcast Profit. **Wired**. Disponível em: [http://www.wired.com/news/digiwood/0,1412,67809,00.html?tw=wn\\_1culthead](http://www.wired.com/news/digiwood/0,1412,67809,00.html?tw=wn_1culthead).

KENNEDY, Randy. With Irreverence and an iPod, Recreating the Museum Tour. **The New York Times**, 28 mai. 2005. Disponível em: <http://www.nytimes.com/2005/05/28/arts/design/28podc.html?ex=1274932800&en=d1c6d7073dcc036&ei=5088&partner=rssnyt&emc=rss>.

KHARIF, Olga. Need a Lift? Try a Godcast. Disponível em: [http://www.businessweek.com/technology/content/may2005/tc20050525\\_0375\\_tc\\_211.html](http://www.businessweek.com/technology/content/may2005/tc20050525_0375_tc_211.html).

KOMAN, R. Why your podcast is probably already illegal. **SiliconValleyWatcher.com**. Disponível em: [http://www.siliconvalleywatcher.com/mt/archives/2005/03/why\\_your\\_podcas.php](http://www.siliconvalleywatcher.com/mt/archives/2005/03/why_your_podcas.php).

LEMOS, A.; CUNHA, P. **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre, Sulina, 2003.

NEWITZ, Annalee, iPod Radio star, **Wired**, The End of Radio (as we know it), mar. 2005, pp.111-113.

REZENDE, Emerson. O que (já) vale a pena baixar e ouvir, in *Informática, Terra*, Disponível em: <http://informatica.terra.com.br/interna/0,,O1501127-EI553,00.html>.

FLETCHER, E., Podcast Music Licensing Not as Financially Daunting as Bloggers Surmise? **Blawgzine**. Disponível em: [http://www.newcommblogzine.com/blog/\\_archives/2005/3/14/432177.htm](http://www.newcommblogzine.com/blog/_archives/2005/3/14/432177.htm).