

# O PODCAST COMO INSTITUIÇÃO SOCIAL INDEPENDENTE: PROVOCAÇÕES A PARTIR DOS ESTUDOS RADIOFÔNICOS NO BRASIL

THE PODCAST AS AN INDEPENDENT SOCIAL INSTITUTION: PROVOCATIONS FROM RADIO STUDIES IN BRAZIL

EL PODCAST COMO INSTITUCIÓN SOCIAL INDEPENDIENTE: PROVOCACIONES CON BASE EN LOS ESTUDIOS DE RADIO EN BRASIL

Andrei dos Santos Rossetto

■ Doutorando em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, mesma instituição onde concluiu o mestrado em Comunicação e Informação (2018). Concentra sua pesquisa em mídia sonora, em especial no podcast. É professor nos cursos de Jornalismo da ESPM-Porto Alegre e da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

■ *Doctorando en Comunicación en el Programa de Postgrado en Comunicación de la Universidad Federal de Rio Grande do Sul, misma institución donde realizó su maestría en Comunicación e Información (2018). Centra su investigación en los medios sonoros, especialmente en los podcasts. Es profesor de cursos de Periodismo en la ESPM-Porto Alegre y en la Pontificia Universidad Católica de Rio Grande do Sul.*

■ E-mail: [andrei.rossetto@ufrgs.br](mailto:andrei.rossetto@ufrgs.br)

Luiz Artur Ferraretto

■ Doutor (2001) e mestre (2005) em Comunicação e Informação pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, de Porto Alegre, no Brasil, mesma instituição onde atua como professor no curso de Jornalismo e no Programa de Pós-graduação em Comunicação. Concentra suas pesquisas na história e no futuro do rádio e do podcast.

■ *Doctor (2001) y máster (2005) en Comunicación e Información por la Universidad Federal de Rio Grande do Sul, en Porto Alegre, Brasil, misma institución donde trabaja como docente en la carrera de Periodismo y en el Programa de Posgrado en Comunicación. Centra su investigación en la historia y el futuro de la radio y del podcast.*

■ E-mail: [luiz.ferraretto@ufrgs.br](mailto:luiz.ferraretto@ufrgs.br)



## RESUMO

A partir dos estudos radiofônicos brasileiros, procura provocar um debate sobre o podcast como instituição social independente do rádio. Embora autores como Lopez (2010), Kischinhevsky (2016) e Ferraretto (2014), tenham incluído o fenômeno comunicacional sob a categoria rádio, argumenta-se que o uso pelo público do conteúdo assim formatado definiu o podcast como meio à parte daquele mais antigo e do qual, em termos de linguagem, se assemelha. Utilizam-se como base para tal discussão formulações teóricas de Lemos (11 jul. 2005), Primo (2005), Vicente (2018), Berry (2006, 2016, 2018, 2022) e Bonini (2015, 2022). Faz-se ainda um paralelo com o que Meditsch (2007, 2010), com base em Groth (2006), apresenta a respeito do rádio como instituição social e criação cultural, utilizando ainda os estudos de Gambaro (2019) a respeito.

**PALAVRAS-CHAVE:** PODCAST; RÁDIO; INSTITUIÇÃO SOCIAL; CRIAÇÃO CULTURAL..

## ABSTRACT

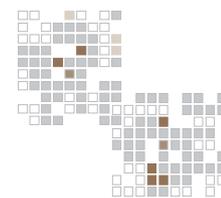
Based on Brazilian radio studies, this article seeks to provoke a debate on the podcast as a social institution independent of radio. Although authors such as Lopez (2010), Kischinhevsky (2016) and Ferraretto (2014), have included the communication phenomenon under the radio category, it is argued that the use by the public of content formatted in this way has defined the podcast as a medium apart from the older one and which, in terms of language, it resembles. This discussion is based on theoretical formulations by Lemos (11 jul. 2005), Primo (2005), Vicente (2018), Berry (2006, 2016, 2018, 2022) and Bonini (2015, 2022). A parallel is made with what Meditsch (2007, 2010), based on Groth (2006), presents about radio as a social institution and cultural creation, also using Gambaro's (2019) studies on the subject.

**KEY WORDS:** PODCAST; RADIO; INSTITUCIÓN SOCIAL; CREACIÓN CULTURAL.

## RESUMEN

A partir de estudios sobre la radio brasileña, este artículo busca provocar un debate sobre el podcast como institución social independiente de la radio. Aunque autores como López (2010), Kischinhevsky (2016) e Ferraretto (2014), han incluido el fenómeno comunicativo bajo la categoría de radio, se argumenta que el uso por parte del público de contenidos formateados de esta manera ha definido el podcast como un medio separado del anterior y al que, en términos de lenguaje, se asemeja. Esta discusión se basa en formulaciones teóricas de Lemos (11 jul. 2005), Primo (2005), Vicente (2018), Berry (2006, 2016, 2018, 2022) y Bonini (2015, 2022). También se hace un paralelo con lo que Meditsch (2007, 2010), basándose en Groth (2006), presenta sobre la radio como institución social y creación cultural, utilizando también los estudios de Gambaro (2019) sobre el tema.

**PALABRAS CLAVE:** PODCAST; RADIO; INSTITUCIÓN SOCIAL; CREACIÓN CULTURAL.



Pode parecer elementar rotular podcast como extensão do rádio. São da mesma família, a que se reúne em torno do microfone. Dependem do som, compartilham convenções e combinam os quatro elementos da linguagem radiofônica: a palavra falada, a música, o silêncio e o efeito sonoro (Balsebre, 1994). Contudo, dependendo do enfoque e dos autores, a definição do termo irá se transformar. Um dos desafios é entender sobre o que estamos falando. Afinal, o que é um podcast?

Embora já se tenham passado 20 anos desde que o jornalista Christopher Lydon e o programador Dave Winer gravaram e postaram o primeiro podcast, em 9 de julho de 2003 (Lydon, 9 jul. 2003), reconhecemos as variadas discussões e a falta de consenso entre os pesquisadores em torno da conceituação de podcast. Portanto, julgamos indispensável repensar definições a marcar os discursos acadêmicos a respeito.

Entendemos que o podcast tem relação e é influenciado pelo rádio. O presente estudo sugere defini-lo como uma instituição social independente do rádio em processo de transformação como criação cultural. Seguindo nesta linha de raciocínio, primeiro refletimos sobre as contribuições de Lemos (11 jul. 2005), Primo (2005), Vicente (2018), Berry (2006, 2016, 2018, 2022) e Bonini (2015, 2022). Somam-se ao marco teórico os conceitos de *rádio hipermediático*, de Lopez (2010), e *rádio expandido*, de Kischinhevsky (2016), os quais – em função da *cultura da convergência* (Jenkins, 2008) e dos *processos de midiamorfose* (Fidler, 1998) e *de remediação* (Bolter; Grusin, 1999) – ressignificam a palavra rádio, abarcando o podcast. Faremos, ainda, uma revisão das categorizações anteriormente apresentadas por Ferraretto (2007, 2014). Em um segundo momento, partiremos para a conformação da instituição social podcast. Assumimos a influência das proposições que Meditsch (2007,

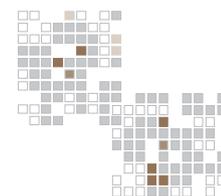
2010), com base em Groth (2011), apresenta a respeito do rádio como instituição social e criação cultural, utilizando ainda os estudos de Gambaro (2019) sobre o meio rádio.

No ano de 2005, podcast foi escolhida “a palavra do ano” pelo *New Oxford American Dictionary* (*apud* Sterne *et al*, 2008), que apresentava a origem etimológica *-pod*, de *iPod* (dispositivo reproduzidor de áudio da Apple), mais *-cast*, de *broadcast* (transmissão, em inglês). A definição era simples: “gravação digital de uma transmissão de rádio ou programa similar, disponibilizada na internet para *download* em um reproduzidor de áudio pessoal” (*apud* Sterne *et al*, 2008). Em língua portuguesa, o *Dicionário essencial de comunicação*, de Rabaça e Barbosa (2018), agrega a palavra vídeo à definição:

*Podcast [TIC] Arquivo ou série de arquivos, contendo mídia digital, publicado por meio de podcasting na internet. Podcasting [TIC] Termo derivado de iPod (produto da Apple) e broadcasting (transmissão de sinais de rádio ou tv). Forma de transmissão, pela internet, de arquivos de mídia digital, principalmente de áudio, mas podendo também ser de vídeo. Os usuários deste sistema acompanham a sua atualização por meio de um feed* (Rabaça; Barbosa, 2018, p. 367).

Como se pode notar, embora tenha surgido como um recurso de disponibilização de arquivos de mídia on-line, aos poucos o podcast adquiriu definições mais complexas – tanto em termos técnicos como estéticos –, bem como novas finalidades (Vicente, 2018). Nesta linha, advogamos que se distanciou de sua base tecnológica inicial – *download* e *feed* RSS<sup>1</sup> – para

<sup>1</sup> Sigla em inglês para Rich Site Summary ou Really Simple Syndication, tipo de linguagem que permite ao usuário ser avisado de atualizações subsequentes à sua inscrição em um serviço via internet.



gradativamente, ao longo do processo, ganhar vida própria e configurar-se num novo meio radiofônico, com formas singulares de consumo, recriando-se culturalmente e se conformando numa instituição social diversa da representada pelo rádio.

### **Articulando conceitos: uma modalidade radiofônica**

É no *conceito* que a ideia se manifesta e toma forma. A palavra, derivada do latim *conceptum* (pensamento), refere-se a algo em que as pessoas são capazes de pensar, algo imaginado em suas mentes, uma ideia ou imagem mental (Balbi *et al*, 2021). Sob a visão da *história dos conceitos* – ou *Begriffsgeschichte*, em alemão –, Koselleck (2004, p. 85) aponta que *conceitos* não são apenas palavras ou termos, mas indicadores de mudanças sociais, políticas e culturais: “Um conceito agrupa a variedade da experiência histórica junto com uma coleção de referências teóricas e práticas em uma relação que é dada e pode ser experimentada somente por meio do conceito”. O historiador ressalta que uma palavra pode se transformar em *conceito* sem que haja uma mudança perceptível, dependendo do contexto em que é usada. Isso acontece porque todas as palavras têm certa ambiguidade.

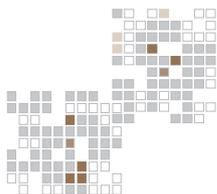
*Essa ambiguidade pode ser lida de diversas maneiras, de acordo com o fato de uma palavra poder ser tomada como um conceito ou não. Os significados intelectuais ou materiais estão de fato vinculados à palavra, mas eles se alimentam do conteúdo pretendido, do contexto escrito ou falado e da situação histórica. Isso é igualmente verdadeiro tanto para a palavra quanto para o conceito. Em uso, uma palavra pode se tornar inequívoca. Por outro lado, um conceito deve permanecer ambíguo para ser um conceito. O conceito está ligado a uma palavra, mas ao mesmo tempo*

*é mais do que uma palavra: uma palavra se torna um conceito somente quando a totalidade do significado e da experiência em um contexto sociopolítico no qual e para o qual uma palavra é usada pode ser condensada em uma palavra* (Koselleck, 2004, p. 85).

Do ponto de vista da filosofia, *conceito* é um pensamento ou imagem genérica e abstrata sob a qual podemos agrupar vários componentes. Como descrito pelo *Dicionário básico de filosofia*, como ideia abstrata construída pelo espírito, o conceito abrange, em sua construção, os seguintes elementos:

*a) a compreensão ou o conjunto dos caracteres que constituem a definição do conceito (o homem: animal, mamífero, bípede etc.); b) a extensão ou o conjunto dos elementos particulares dos seres aos quais se estende esse conceito. A compreensão e a extensão se encontram numa relação inversa: quanto maior for a compreensão, menor será a extensão; quanto menor for a compreensão, maior será a extensão* (Japiassú; Marcondes, 2008, p. 48).

Estabelecidos esses fundamentos, partimos para o percurso de conceituação do podcast a partir dos estudos radiofônicos brasileiros. No começo dos anos 2000, conforme Ferraretto (2007), sob o impacto da convergência da comunicação de massa e do crescimento da internet, com inovações recém-introduzidas no país – a TV por assinatura, a telefonia móvel –, fortalece-se entre os pesquisadores brasileiros um processo de reflexão desencadeado ainda na década de 1990 e influenciado, principalmente, por Cebrián Herreros (2001, p. 47). “Do ponto de vista da difusão já não se pode falar do rádio no singular, mas sim, para ser preciso, há que se insistir em uma concepção plural: os



rádios”, sustentava o professor da Universidade Complutense de Madrid, na Espanha. Conforme ressalta Ferraretto (2021), o meio começa a ser reavaliado sob uma perspectiva que, inicialmente, inclina-se para uma abordagem tecnológica, seguindo as ideias propostas por Cebrián-Herreros, mas adaptada ao contexto brasileiro. Defendemos, assim, uma visão plural, para além da transmissão hertziana, na qual:

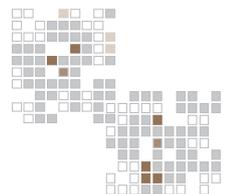
*[...] escuta-se rádio em ondas médias, tropicais e curtas ou em frequência modulada. O veículo amalgama-se à TV por assinatura, seja por cabo ou DTH (direct to home); ao satélite, em uma modalidade paga exclusivamente dedicada ao áudio ou em outra, gratuita, pela captação, via antena parabólica, de sinais sem codificação de emisoras em AM ou FM; e à internet, na qual aparece no sinal de estações tradicionais, nas web radios ou, até mesmo, em alternativas sonoras como o podcasting (Ferraretto; Kischinhevsky, 2010).*

No entanto, tal alinhamento assume que a mera descrição tecnológica não serve mais para dar conta da complexidade do meio. Vamos ao encontro de Meditsch (2007, 2010), que apresenta o rádio como instituição social e criação cultural. Ponderamos que a linguagem comunicacional, baseada na voz (a palavra falada), na música, no silêncio e nos efeitos sonoros, não é uma exclusividade desse meio e reconhecemos o compartilhamento dessa com o podcast, que é, assim, radiofônico, mas não se constitui, propriamente, em rádio.

Partimos, agora, para os conceitos de *rádio hipermidiático* (Lopez, 2010) e de *rádio expandido* (Kischinhevsky, 2016), que – em função da cultura da convergência (Jenkins, 2008) e dos processos de *midiamorfose* (Fidler, 1998) e de *remediação* (Bolter; Grusin, 1999) – ressignificam a palavra *rádio*, mas, ao fazê-lo, procuram

abarcam o podcast. Segundo Fidler (1998), em vez de aperfeiçoamento e posterior substituição, uma nova forma comunicacional coexiste e convive com a antiga para que a metamorfose possa acontecer. Assim, a *midiamorfose* é definida como “a transformação dos meios de comunicação, geralmente pelas complexas necessidades percebidas, pelas pressões políticas e de competência, e pelas inovações sociais e tecnológicas” (Fidler, 1998, p. 57). Quando se fala em compreender o novo cenário midiático no contexto de convergência, outra reflexão relevante é a de *remediação*, de Bolter e Grusin (2000). Tanto as mídias tradicionais buscam se adaptar ao mundo digital, remodelando seus produtos com base na nova lógica, como os meios emergentes remodelam os antigos. Nas palavras dos professores do Instituto de Tecnologia da Geórgia, nos Estados Unidos, ao se desenvolverem novas tecnologias de comunicação dentro de um contexto cultural, essas remodelam as mídias anteriores. Dessa forma, novas mídias são versões remodeladas ou melhoradas dos próprios meios antigos que as antecederam e, à medida que são reintroduzidas no sistema midiático, provocam novas remodelações.

Dentro desta perspectiva, há, segundo Lopez (2010), uma demanda por novas estruturas narrativas, multimidiáticas e multiplataformas, que complementam e ampliam o conteúdo. Assim, o meio rádio se reinventa, tornando-se *hipermidiático*, falando “em diversas linguagens, em distintos suportes e, ainda assim, mantém no áudio seu foco” (Lopez, 2010, p. 119). Deslocando-se do sentido de convergência e aproximando-se mais da ideia de representação de um meio em outro, própria da *remediação*, temos o conceito de *rádio expandido* (Kischinhevsky, 2016), de certo modo, identificando o momento em que o meio supera as transmissões hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, os sites e o podcast.



*A escuta se dá em frequência modulada (FM), ondas médias (AM), 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 da busca em arquivos ou diretórios). Se o transístor já havia deslocado o rádio da sala de estar, empurrando-o para o quarto, a cozinha e as ruas, agora o rádio tem novos companheiros, que permitem não apenas a escuta em múltiplos ambientes e temporalidades, mas também a produção, a edição e a veiculação de áudios com agilidade crescente e muitas vezes sem fronteiras (Kischinhevsky, 2016, p. 14).*

Lembramos que, em reflexão anterior, realizada em parceria com Herschmann, o mesmo autor já identificava o podcast como uma modalidade de radiodifusão sob demanda, sujeitando o formato mais recente ao meio rádio, mesmo que admitindo novas características de produção e consumo desse conteúdo sonoro: “No podcasting, diferentemente da radiodifusão convencional, a recepção é assíncronica, cada indivíduo decide quando e onde vai ouvir o conteúdo assinado” (Herschmann; Kischinhevsky, 2008, p. 103).

Consideramos ainda o que outros autores observam, por vezes em uma busca por aproximações do podcast, meio mais recente, com o rádio, meio que lhe é anterior. Traçando o que denomina de “panorama do estado da arte em pesquisas brasileiras de rádio e mídia sonora”, Viana (2020) constata que não há um autor-chave para embasar o conceito de podcast. Depois de analisar 34 produções científicas a respeito, procura sintetizar características dos podcasts em três categorias – audiência, produção e transmissão –, aproximando-se da ideia de que o podcast é uma expansão do rádio (Kischinhevsky, 2016). Assume, ainda, que “não há um consenso a respeito do que é podcast”

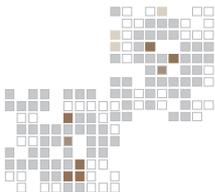
(Viana, 2020, p. 13).

*A interseção entre essas duas áreas justifica em partes a dificuldade encontrada pelos autores por uma definição única do que se compreende por podcast. A hibridização que compõe esse formato é característica dos meios digitais e suas constantes transformações reforçadas pela cultura da convergência, o que nos revela a um objeto plural. Sem que haja pretensão pela busca de uma única interpretação, o que reforçamos aqui são as variadas discussões geradas em torno dessa procura, o que resultam em uma gama de produções com olhares diversos e plurais para o podcast (Viana, 2020, p. 14).*

Dentro do quadro de aproximações entre podcast e rádio, lembramos que Viana (2023) estuda, em profundidade, o podcast sob a perspectiva do jornalismo narrativo, que amalgama características do narrador e da metalinguagem, no que ela chama de metajornalismo. Para a autora, o jornalismo narrativo em podcasting se tornou uma produção marcada por um texto autoral, que depende do narrador para emergir.

*Ao ser acionado pelo narrador, o metajornalismo não só vai além da retratação do ofício e da técnica, como também reforça o discurso da verdade presente nas narrativas. E, mais do que isso, constitui-se em uma ponte que liga o posicionamento do narrador como jornalista com uma figura humanizada, já que abre as portas para que sentimentos, como certezas e inseguranças, façam parte da história (Viana, 2023, p. 382).*

Já Debora Lopez (2022) mostra que as produções sonoras contemporâneas – dramas e podcasts de *storytelling* –, reapropriam-se esteticamente



de estratégias e ferramentas expressivas das radionovelas dos tempos do espetáculo como base da programação do rádio. Tal reapropriação, aliada ao que caracteriza essas produções como jornalísticas, complexifica a narrativa e modifica o desenho do conteúdo apresentado à audiência, além de propiciar “um ambiente de consumo imersivo, mais humanizado e mais envolvente para o público” (Lopez, 2022, p. 12).

Sob a perspectiva da monetização de conteúdo e de novos modelos de negócios, Bufarah Júnior (2020) aponta que os podcasts se transformaram em uma forma viável de fidelização da audiência e rentabilização das programações das emissoras de rádio. Abre-se a oportunidade de comercialização de conteúdos exclusivos com patrocínio focado em “segmentos de públicos de interesse do anunciante; e a possibilidade de aumentar o engajamento dos ouvintes ao somar o uso de podcasts com as estratégias de mídias sociais e ações *off-line*” (Bufarah Júnior, 2020, p. 46).

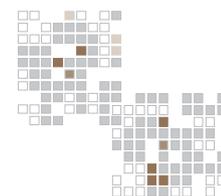
Revisando, ainda, o que foi escrito por quem já pesquisava rádio quando o podcast apareceu como fenômeno comunicacional, consideramos em parte superada ideia anterior (Ferraretto, 2014) e baseada nessa perspectiva, que cingia o rádio em duas modalidades: (1) *rádio de antena ou hertziano*, a forma original do meio; e (2) *rádio on-line*, a que abrange as emissoras operando via internet, além de produtores independentes de conteúdo para a *web*, e que englobaria:

(1) *rádio na web, identificando estações hertzianas que transmitem os seus sinais também pela rede mundial de computadores; (2) web rádio, para emissoras que disponibilizam suas transmissões exclusivamente na internet; e (3) práticas como o podcasting, uma forma de difusão, via rede, de arquivos ou séries de arquivos – os podcasts, nesse caso específico de áudio com linguagem radiofônica* (Ferraretto, 2014, p. 19).

Explicitando ainda mais o que defendemos: estamos separando a prática de *podcasting* – própria do podcast – da de *broadcasting* – relacionado a emissoras, mesmo quando essas operam em *streaming*. Reconhecendo que se trata de um fenômeno a ser melhor analisado a partir da recepção, embasamos a nossa provocação em uma diferença facilmente percebida. Seguindo nessa linha diferenciada de raciocínio, incorporamos a ideia do *podcasting* como uma “modalidade de radiofonia sob demanda, assíncronica” (Kischinhevsky, 2017, p. 6).

### Lançando uma nova luz sobre o conceito de podcast

Lembramos que, no final de 2003, o termo circulava informalmente entre alguns programadores e interessados na novidade tecnológica. A palavra *podcasting* apareceu pela primeira vez na grande mídia em fevereiro de 2004, quando o jornalista Ben Hammersley (2004) especulou sobre possíveis nomes no artigo *Audible Revolution*, publicado no jornal britânico *The Guardian*. O “rádio para *download*”, como foi chamado, “combinava a intimidade da voz, a interatividade e a liberdade de um *blog* e a conveniência e portabilidade de um *download* de arquivo mp3” (Hammersley, 2004). Christopher Lydon, ex-jornalista do *The New York Times* e da *National Public Radio*, a rede de rádio pública estadunidense, chamou de um tipo diferente de rádio, no qual “qualquer um pode ser editor, qualquer um pode ser locutor” (Lydon *apud* Hammersley, 2004). Percebe-se que os relatos assumem uma aura de revolução, por ser áudio amador, proporcionando que o conteúdo não fosse mais exclusividade de profissionais graças à expansão de mp3 *players*, como o iPod, da Apple, *blogs* e *softwares* gratuitos. A imprensa apresentava o podcast como “rádio de nicho”, com potencial de revolucionar o conteúdo de emissoras tradicionais e remodelar hábitos de escuta.



*Podcasts não usam transmissores para enviar sinais a dezenas ou centenas de quilômetros como o rádio hertziano. Os ouvintes não podem ouvi-los ao vivo porque são arquivos de som gravados. Eles não transmitem em tempo real como web rádios. [...] Os podcasts são arquivos de áudio MP3, no estilo do rádio, postados em blogs e que são baixados automaticamente para um iPod ou outro player portátil. Representam a próxima onda de compartilhamento de conteúdo* (Carpenter, 14 out. 2004).

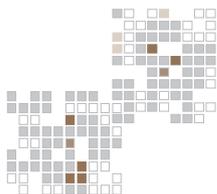
O podcast prometia a democratização das ferramentas de produção e os meios para distribuir e consumir o conteúdo livremente. Outros argumentos iriam surgir, principalmente no campo acadêmico. Consideramos pertinente esclarecer que o percurso conceitual desta reflexão tem como eixo o Brasil, contudo, ocorrem imbricamentos com autores do exterior. No país, Lemos e Primo estão entre os primeiros a publicar artigos científicos a respeito.

De acordo com Lemos (11 jul. 2005), o podcast é um sistema de produção e difusão de conteúdos sonoros que conserva similitudes com programas de rádio. Para o professor da Universidade Federal da Bahia, reconfigura-se o meio rádio em mais uma expressão da cibercultura, mas não se trata de substituir um pelo outro, já que ambos atendem a necessidades diferentes: “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, 11 jul. 2005). Trata-se ainda, acrescenta Lemos, da liberação do polo da emissão, permitindo que receptores se tornem produtores. “No caso da emissão de rádio massiva e da emissão à la carte do podcast, mantêm-se desejos de personalização e de customização que os dois modelos oferecem de forma a enriquecer

a paisagem comunicacional contemporânea” (Lemos, 11 jul. 2005). Nesta linha de raciocínio, acreditamos que a contribuição de Lemos vai ao encontro do britânico Berry, pioneiro na publicação de artigos científicos sobre o tema. A ideia central do professor da Universidade de Sunderland é a do podcast como uma extensão do rádio (Berry, 2006), que acarreta mudanças na forma de consumo do conteúdo, isto é, o ouvinte escolhe o que ouvir, onde, quando, em que ordem. “Efetivamente, há uma mudança de poder dos programadores para os ouvintes. Embora os produtores ainda mantenham o controle sobre o conteúdo, os ouvintes tomam decisões sobre a programação e o ambiente de escuta” (Berry, 2006, p. 145).

Dentro dessa perspectiva, parece-nos particularmente relevante o exposto por Primo (2005). Essa autora vê elementos do rádio na constituição do podcast, mas diferencia ambos: “apesar da radiodifusão e do podcasting trabalharem com áudio, existem muitas características que os individualizam” (Primo, 2005, p. 2). Quanto ao uso, observando a proposta de três níveis midiáticos de Thornton (1996), a professora da Universidade Federal do Rio Grande do Sul considera o podcasting como micromídia por causa da facilidade de publicação, das formas inovadoras de acesso e da manipulação dos episódios baixados. Em síntese, em vez de uma distribuição simultânea para milhares de pessoas sintonizadas ao mesmo tempo, “os podcasts atingem públicos pequenos, mas que são interconectados entre si” (Primo, 2005, p. 10). Soma-se a isso o fato de que, no podcasting, segundo Primo (2005), os tempos de produção e publicação não coincidem com os da escuta.

Neste ponto do percurso teórico, iniciamos uma construção conceitual de distinção entre rádio e podcast. Em Tiziano Bonini (2015, p. 21), encontramos uma linha evolutiva



dividida em duas fases. Na primeira, o podcast compreende um mercado complementar ao rádio, ainda incipiente em termos comerciais. A segunda era do podcasting, como chama o autor, marca a transformação do podcast em uma prática produtiva comercial, cada vez mais profissionalizada, e em um meio de consumo de massa, “que começou nos Estados Unidos em 2012 com o lançamento dos primeiros modelos de negócios capazes de apoiar a produção e o consumo independentes de conteúdo sonoro distribuído por meio de podcasting” (Bonini, 2015, p. 21). Em artigo mais recente, Bonini (2022) ampara-se nos estudos de modelagem social da tecnologia, de construção social da tecnologia e de teoria ator-rede para conceituar o podcast como uma rede emergente de elementos materiais e não materiais, considerando que uma tecnologia resulta de um processo de construção social em que atores humanos e não humanos contribuem, ao longo do tempo, para sua constituição. Nesse sentido, Bonini vê o podcasting como uma combinação sociotécnica de diferentes redes de atores humanos – produtores de áudio, curadores editoriais, desenvolvedores de software, designers gráficos, ouvintes – e não humanos (plataformas, algoritmos de recomendação, dispositivos de mídia, tecnologias de distribuição e infraestruturas de internet –, recompondo-se constantemente de acordo com as relações de poder em evolução (Bonini, 2022, p.129).

Na visão de Dubber (2013, p. 13), por ser diverso e multifacetado, o termo rádio pode significar instituições, práticas, um meio de transmissão ou um objeto físico. Para o autor, na ecologia da mídia contemporânea, o rádio não foi simplesmente digitalizado, “mas a digitalização ocorreu em um nível social muito mais amplo e essa força tecnológica e cultural dominante recontextualiza totalmente o meio em uma nova estrutura ecológica” (Dubber, 2013, p. 179). Ou seja, oferece novas formas de entender, fazer e

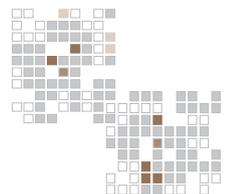
consumir o meio. Assim:

*[...] o rádio na era digital ainda é apenas rádio, na medida em que pensamos nele como sendo rádio. É bem possível que haja aspectos de sua cadeia de produção e distribuição que permaneçam analógicos. O contexto em que está situado, as ferramentas com as quais é criado, a economia política que molda suas instituições e as maneiras pelas quais o consumimos podem ser diferentes. Mas fundamentalmente – e tautologicamente – rádio é rádio (Dubber, 2013, p. 175).*

Assim, parece-nos justo e lógico considerar o podcast como uma extensão do rádio, ou um estágio na sua evolução tecnológica, como fez Menduni (2007). Do ponto de vista de Berry (2016), o podcast compartilha práticas e instituições com o rádio, mas o autor leva em conta diferentes abordagens de produção, distribuição e padrões de consumo para entender que o podcasting pode ser considerado uma forma distinta.

*O ouvinte de podcast tem uma jornada diferente, que começa com uma série de escolhas sobre o que deseja ouvir, muitas vezes antes de o áudio ter sido produzido e, certamente, antes de começar a ouvi-lo [...]. Fazer escolhas sobre quais podcasts específicos ouvir, e também quando e onde, sugere que o ouvinte de podcast é um participante mais ativamente engajado do que o ouvinte de rádio (Berry, 2016, p. 12).*

Destacamos o ressaltado por Berry (2022) ao assumir a proximidade entre o podcast e o rádio, mas alertando para a necessidade de se “resistir ao impulso de seguir o caminho lógico de dizer que ele é, portanto, rádio”. Numa definição relacionada a prática cultural, sugere que talvez



seja um meio definido por seus participantes agindo coletivamente. Tal argumento ampara-se em Boyd (2006) e a noção de “participante” construída para definir os *blogs*, onde observa que, embora a tecnologia tenha um papel importante, a mídia adquire formas culturalmente definidas pelos participantes: “As mídias são parcialmente diferenciadas por seu formato (por exemplo, texto, áudio, imagem, vídeo), mas o formato não define a mídia (ou seja, nem todo áudio é rádio)”. Neste sentido, a mídia é caracterizada pela prática que respalda e pelo modo como a pessoa se relaciona com essa prática.

Antes de partirmos para uma abordagem mais direta do podcast como instituição social independente, é necessário fazer pequena digressão a respeito desse conceito pelo viés da Sociologia. Pela perspectiva weberiana, instituições constituem-se em instrumentos de integração dos indivíduos à sociedade, permitindo certo grau de coesão no exercício das relações sociais – a “a conduta do agente está orientada significativamente pela conduta de outro (ou outros)” (Weber, 2008, p. 30) – e das ações sociais – “a conduta de cada qual entre múltiplos agentes envolvidos (que tanto podem ser apenas dois e em presença direta quanto um grande número e sem contato direto entre si no momento da ação) orienta-se por um conteúdo de sentido reciprocamente compartilhado”.

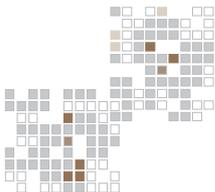
Do ponto de vista marxista, instituições sociais são tratadas a partir das contradições entre forças produtivas e relações de produção, sendo condicionadas, na sociedade pós-industrial pelo modo de produção capitalista. Como aparece expresso no *Prefácio à contribuição à crítica da economia política*:

*[...] na produção social da própria existência, os homens entram em relações determinadas, necessárias, independentes de sua vontade; essas relações de produção correspondem a*

*um grau determinado de desenvolvimento de suas forças produtivas materiais. A totalidade dessas relações de produção constitui a estrutura econômica da sociedade, a base real sobre a qual se eleva uma superestrutura jurídica e política e à qual correspondem formas sociais determinadas de consciência. O modo de produção da vida material condiciona o processo da vida social, política e intelectual* (Marx, 2008, p. 47).

Nessa linha, Bobbio, Matteucci e Pasquino (1998, p.1081), no seu *Dicionário de política*, entendem instituição como “normas e procedimentos que garantem a repetição constante de determinados comportamentos e tornam assim possível o desenvolvimento regular e ordenado da luta pelo poder, do exercício deste e das atividades sociais a ele vinculadas”.

A partir disso, buscamos uma correlação com o que Meditsch (2007, 2010), baseado em Groth (2011), apresenta a respeito do próprio rádio, usando o estudo de Gambaro (2009). Em um primeiro momento, em sua tese de doutorado, defendida em 1997, na Universidade Nova de Lisboa, em Portugal, Meditsch (2010, p. 204) repensa o rádio como uma instituição social, “caracterizada por uma determinada proposta de uso social para um conjunto de tecnologias, cristalizadas numa instituição”. Posteriormente, sustenta-se em reflexões de Groth (2011) a respeito de jornais e revistas como obras culturais. Sugere, assim, que o ato de estabelecer valores é fonte contínua e inesgotável de motivação para os seres humanos, impulsionando-os a agir, criar, inovar e progredir. Assim, “todo o pensar e agir do ser humano é ‘final’, ocorre *por causa da satisfação das necessidades das finalidades estabelecidas*” (Groth, 2011, p. 34). Ou seja, as criações culturais não surgem de forma arbitrária. Em vez disso, são produtos de intenções humanas, que refletem os objetivos e propósitos de seus



criadores. Tais considerações embasam a ideia de Meditsch de superação da noção de rádio como instituição social ao considerá-lo uma criação cultural, com leis próprias e formas específicas de mediação sociotécnica. Ao fazer uma analogia ao que propõe a essência do pensamento de Groth (2011) a respeito do jornalismo, Meditsch desatrela o rádio de suportes tecnológicos:

*Assim como a existência de um jornal não se restringe ao calhamaço de papel impresso que foi publicado hoje, nem ao que foi publicado ontem, mas se vincula a uma ideia objetivada e apoiada numa instituição social, que permeia e supera a edição de cada dia, a existência de uma emissora de rádio em particular, e do rádio em geral como instituição, não pode mais ser atrelada à natureza dos equipamentos de transmissão e recepção utilizados para lhe dar vida, mas sim à especificidade do fluxo sonoro que proporciona e às relações socioculturais que a partir dele se estabelecem* (Meditsch, 2010, p. 204).

Gambaro (2019, p. 31) refere-se ao verbo institucionalizar como a “aderência de um objeto ou prática a uma instituição, ou mesmo à constituição desse elemento a partir de uma forma institucional”. Em seu estudo, o autor ampara-se em teorias da Sociologia que definem o termo instituição. Parte da base sociológica da Émile Durkheim (2013) para *fato social*, a primeira forma a estruturar ação social, e prossegue pela teoria funcionalista de ação social de Tascott Parsons (1964), que introduziu o conceito de determinações culturais sobre apropriação, valoração e uso de ferramentas. Em seguida, segue por um diálogo com Raymond Williams (1975) e a teoria da estruturação de Anthony Giddens (1991, 2003), buscando compreender como a questão cultural se entrelaça aos conceitos de *estrutura*, *instituição*

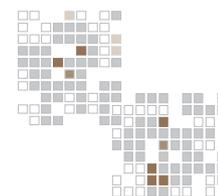
e *formação cultural*. Por fim, introduz uma abordagem pós-estruturalista a partir Michael Foucault (1991, 2010), para descrever instituição como formação e prática discursiva, colocando-a em diálogo com o *conceito de campo* de Pierre Bourdieu (1983, 1989). Dentro dessa articulação, o rádio como instituição não é apenas capaz de dar forma a produções culturais, mas também institucionaliza as ferramentas, os processos e os procedimentos dessa produção:

*[...] o rádio assume uma posição singular dentro do ecossistema midiático, ou seja, na relação com as outras entidades componentes do ambiente. No relacionamento com o ouvinte, os produtores aproveitam o caráter institucional do meio como parte da codificação embutida no desenvolvimento do produto radiofônico* (distribuído via antena ou outro meio) (Gambaro, 2019, p. 31).

O autor compreende que o rádio como instituição social representa o desfecho de práticas discursivas no âmbito do radiofônico, algo concretizado em uma teia de relações, sejam essas efêmeras ou duráveis, entre entidades convergentes ou divergentes, recentes ou historicamente estabelecidas. Ao nosso ver, também o podcast possui suas particularidades, diferenciando-se do rádio, um assemelhado seu.

### **Considerações finais**

Aqui, buscamos sugerir uma reflexão. Como o público acessa o rádio em si? Independentemente do suporte tecnológico utilizado – receptor transistorizado, celular, *tablet*, computador etc. –, o consumo baseia-se na sintonia de uma emissora, cujo conteúdo passa a ser acessado em tempo real, de modo síncrono. O acesso por demanda não nos parece ser a opção mais presente. Como o público acessa, então, o podcast? Com base em um conteúdo específico – tema, série de episódios



etc. –, por meio, em geral, de um agregador, de forma assíncrona. Identificamos, portanto, a presença de duas lógicas de consumo diferentes: a da oferta e a da demanda.

A partir de visões de diversas autoras e autores, defendemos a ideia de que podcasts são culturalmente diferentes do rádio em função de novas formas e padrões de consumo. São feitos para ouvintes em busca de conteúdo de nicho, que ouvem sob demanda e têm maior controle sob a experiência auditiva, decidindo o que ouvir, onde, quando e como (na íntegra, repetidamente, avançando ou retrocedendo).

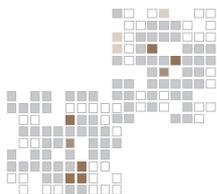
Além disso, corroboramos o entendimento de Berry (2018) de que os limites dos podcasts são socialmente construídos, sugerindo que ouvintes reconhecem um podcast ao ouvi-lo; bem como produtores entendem a conexão com aquele meio mais antigo e com o qual, em termos de linguagem, se assemelham, mas não necessariamente consideram o que produzem como sendo rádio, nem se veem como

participantes dessa indústria especificamente. É esse senso de propósito, combinado com melhorias nas tecnologias que, cremos, ajudou o podcast a marcar seu próprio espaço cultural.

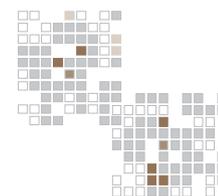
Observamos ainda que, para além dos conceitos cientificamente construídos, o uso dos vocábulos pelo senso comum encaminha significados para as palavras *podcast* e *podcasting*. Enquanto a primeira separou-se de seu sentido original – o arquivo com algum conteúdo, não necessariamente áudio, submetido à lógica de um *feed* RSS –, a segunda seguiu representando uma forma particular de distribuição de informação, utilizando agregadores. De fato, precisamos admitir que, para o público em geral, qualquer conteúdo sonoro – em linguagem radiofônica e assíncrono – com certa duração, passou a ser identificado como *podcast*, dando conta também do próprio processo de criação cultural. Compreender como isso se deu e se dará segue como um considerável desafio para a produção científica a respeito.

## Referências

- BALBI, G.; RIBEIRO, N., SCHAFER, V.; SCHWARZENEGGER, C. Digging into digital roots. Towards a conceptual media and communication History. In: BALBI, G.; RIBEIRO, N., SCHAFER, V.; SCHWARZENEGGER, C. (Ed.). *Digital roots*. Boston: De Gruyter, 2021, p. 1-16.
- BALSEBRE, A. *El lenguaje radiofónico*. Madrid: Cátedra, 1994.
- BERRY, R. Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio. *Convergence*, Londres: Sage, ano 2, v. 12, 2006, p. 143-162. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1354856506066522>.
- BERRY, R. Podcasting: considering the evolution of the medium and its association with the word “radio”. *The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media*, [S.l.], v.14, p. 7-22, 2016. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/74368966.pdf>.
- BERRY, R. Just because you play a guitar and are from Nashville doesn't mean you are a country singer: the emergence of medium identities in podcasting. In: LLINARES, Dario *et al.* *Podcasting*. Suíça: Palgrave Macmillan, 2018, p.15-35.
- BERRY, R. What is a podcast? Mapping the technical, cultural, and sonic boundaries between radio and podcasting. In: LINDGREN, M.; LOVIGLIO, J. *The Routledge companion to radio and podcast studies*. Nova Iorque: Routledge, 2022.
- BOBBIO, N.; MATTEUCCI, N.; PASQUINO, G. *Dicionário de política*. Brasília: Editora UNB, 1998.
- BOLTER, J. D.; GRUSIN, R. *Remediation: understanding new media*. Cambridge: MIT, 1999.
- BONINI, T. The second age of podcasting: reframing podcasting as a new digital mass medium. *Quaderns del CAC*, Barcelona: Conselho Audiovisual da Catalunya, v.41, jul., 2015, p. 21–30. Disponível em: [https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q41\\_Bonini\\_EN\\_0.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q41_Bonini_EN_0.pdf). Acesso em: 29 jul. 2023
- BONINI, T. Podcasting as a hybrid cultural form between old and new media In: LINDGREN, Mia; LOVIGLIO, Jason. *The Routledge companion to radio and podcast studies*. New York: Routledge, 2022.



- BOYD, Danah. A blogger's blog: exploring the definition of a medium. , [S.l.], v. 6, n. 4, 2006. Disponível em: <https://www.danah.org/papers/ABloggersBlog.pdf>. Acesso em: 30 jul. 2023.
- BUFARAH JUNIOR, A. Podcast e as novas possibilidades de monetização na radiodifusão. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Ouro Preto: Universidade Federal de Ouro Preto, v. 11, n. 1, 3 jul. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4316/3403>. Acesso em: 29 nov. 2023.
- BOURDIEU, P. Gostos de classe e estilos de vida. In: R. Ortiz (Org.). *Pierre Bourdieu: sociologia*. São Paulo: Ática, 1983, p. 82-12.
- BOURDIEU, P. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand, 1989.
- CARPENTER, S. Pirate radio's next generation. *Los Angeles Times*, Los Angeles, 14 out. 2004. Disponível em: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2004-oct-14-wk-podcasting14story.html>. Acesso em: 28 jul. 2023.
- CEBRIÁN HERREROS, M. *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona: Gedisa, 2001.
- DUBBER, A. *Radio in the digital age*. Cambridge: Polity, 2013.
- DURKHEIM, É. O que é um fato social? In BOTELHO, A. (Org.). *Essencial Sociologia*. São Paulo: Companhia das Letras, 2013.
- FERRARETTO, L. A. Possibilidades de convergência tecnológica: pistas para a compreensão do rádio e das formas do seu uso no século 21. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 30, 2007, Santos. *Anais...* São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. CD-ROM.
- FERRARETTO, L. A. *Rádio: teoria e prática*. São Paulo: Summus, 2014.
- FERRARETTO, Luiz Artur. Conceitos de rádio: múltiplos olhares ressignificando e atualizando definições. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 12, n. 2, p. 10-29, maio-ago. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/5020/3869>.
- FERRARETTO, L. A.; KISCHINHEVSKY, M. Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação. In: Encontro da Compós, 19, 2010, Rio de Janeiro. *Anais...* São Paulo: Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 2010. CD-ROM.
- FIDLER, R. *Mediamorfosis: comprender los nuevos medios*. Buenos Aires: Granica, 1998.
- FOUCAULT, M. *Discipline and punish: the birth of the prison*. Londres: Penguin, 1991.
- FOUCAULT, M. *The archaeology of knowledge*. Nova Iorque: Vintage, 2010.
- GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora Unesp, 1991.
- GIDDENS, A. *A constituição da sociedade*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- HAMMERSLEY, B. Audible revolution. *The Guardian*, Londres, 12 fev. 2004. Disponível em: <https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>. Acesso em: 14 set. 2023.
- GAMBARO, D. *A instituição social do rádio: (re)agregando as práticas discursivas da indústria no ecossistema midiático*. São Paulo, 2019. Tese (Doutorado em Meios e Processos Audiovisuais) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo.
- GROTH, O. Tarefas da pesquisa da ciência da cultura. In: MAROCCO, B.; BERGER, C. (Org.). *A era glacial do jornalismo: teorias sociais da imprensa*. Porto Alegre: Sulina, 2006. p. 182-306.
- HERSCHMANN, M.; KISCHINHEVSKY, M. A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. *Revista Famecos*, Porto Alegre: Porto Alegre: Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, v. 15, n. 37, p. 101-106, dez. 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4806/3610>.
- JAPIASSÚ, H.; MARCONDES, D. *Dicionário básico de filosofia*. 3.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1996.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. São Paulo: Aleph, 2008.
- KISCHINHEVSKY, M. *Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.
- KISCHINHEVSKY, M. *Radio y medios sociales: mediaciones e interacciones radiofónicas digitales*. 2.ed. Barcelona: UOC, 2017.
- KOSELLECK, R. *Futures past: on the semantics of historical time*. Nova Iorque: Columbia University, 2004.
- LEMONS, A. O fenômeno mundial dos podcasts. *Digestivo Cultural*, [S.l.]: 11 jul. 2005. Disponível em: [https://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=118&titulo=O\\_fenomeno\\_mundial\\_dos\\_podcasts](https://www.digestivocultural.com/ensaios/ensaio.asp?codigo=118&titulo=O_fenomeno_mundial_dos_podcasts). Acesso em: 20 ago. 2023.
- LOPEZ, D. C. *Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Covilhã: LabCom, 2010. Disponível em: [http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora\\_lopez\\_radiojornalismo.pdf](http://www.livroslabcom.ubi.pt/pdfs/20110415-debora_lopez_radiojornalismo.pdf).
- LOPEZ, D. C. *Novo rádio, velhas narrativas: apropriações estéticas na ficção e no jornalismo sonora*. Covilhã: LabCom, 2022.
- LYDON, C. Spoken word: a few good bloggers. *Christopher Lydon interviews...* Cambridge, 9 jul. 2003. Disponível em: <https://blogs.harvard.edu/lydondev/2003/07/09/spoken-word-a-few-good-bloggers>. Acesso em: 29 ago. 2023.



- MARX, K. *Contribuição à crítica da economia política*. São Paulo: Expressão Popular, 2008.
- MEDITSCH, E. *O rádio na era da informação: teoria e técnica do novo radiojornalismo*. Florianópolis: Insular/Editora da UFSC, 2007.
- 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.
- MENDUNI, E. Four steps in innovative radio broadcasting: from QuickTime to Podcasting. *The Radio Journal – International Studies in Broadcast & Audio Media*, [S.l.], v. 5, n. 1, p. 9-18, 2007. Disponível em: [http://www.mediastudies.it/IMG/pdf/From\\_QuickTime\\_to\\_Podcast.pdf](http://www.mediastudies.it/IMG/pdf/From_QuickTime_to_Podcast.pdf).
- PARSONS, T. *The social system*. Londres: Collier-Mamila, 1964.
- PRIMO, A. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. *Intexto*, Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, v.2, n.13, jul.-dez. 2005. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4210/4466>.
- RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. G. *Dicionário essencial de comunicação*. Rio de Janeiro: Lexicon, 2018.
- STERNE, J.; MORRIS, J.; BAKER, M. B.; FREIRE, A. M. The politics of podcasting. New South Wales (Austrália): Faculty Publications and Scholarship, n. 13, 2008. Disponível em: <http://thirteen.fibreculturejournal.org/fcj-087-the-politics-of-podcasting>.
- THRONTON, S. *Club cultures: music, media and subcultural capital*. Hannover: Wesleyan University, 1996.
- VIANA, L. Estudos sobre podcast: um panorama do estado da arte em pesquisas brasileiras de rádio e mídia sonora. *Contracampo*, Niterói: Universidade Federal Fluminense, v. 39, n. 3, dez.-mar. 2020.
- VIANA, L. *Jornalismo narrativo em podcast: imersividade, dramaturgia e narrativa autoral*. Florianópolis: Insular, 2023.
- VICENTE, E. Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio. In: Encontro da Compós, 27, 2018, Belo Horizonte. *Anais...* São Paulo: Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação, 2018.
- WEBER, Max. As causas sociais do declínio da cultura antiga. In: COHN, Gabriel (Org.) *Max Weber: sociologia*. São Paulo: Ática, 2008.

Artigo enviado em 15/09/2023 e aceito em 06/12/2023.

