

PODCAST SOB ANÁLISE DOS PRINCÍPIOS DAS NOVAS MÍDIAS

PODCAST UNDER ANALYSIS OF THE PRINCIPLES OF NEW MEDIA

PODCAST BAJO ANÁLISIS DE LOS PRINCIPIOS DE LOS NUEVOS MEDIOS

Paulo Henrique Morais Coluti ¹

paulo.coluti@ufms.br

Gerson Luiz Melo Martins ²

gerson.martins@ufms.br

RESUMO

Este artigo, fundamentado em Castells (2002) e Jenkins (2009), analisa a evolução da internet que propiciou o surgimento dos *podcasts*. O estudo estabelece que o consumo assíncrono e a personalização distanciam o *podcast* de webrádio. É traçado um paralelo entre as características dos *podcasts* atuais e os princípios das novas mídias de Manovich (2005) - representação numérica, modularidade, automação, variabilidade e transcodificação - e os achados indicam que a estrutura do formato assimila integralmente esses princípios, legitimando-o como uma nova mídia, contrariando a ideia de mera evolução do rádio. Por fim, a reflexão sobre o princípio da transcodificação aplicado ao *podcast*, revela seu papel como agente de resignificação cultural e social, comprovado pela sua inserção e influência no debate político (eleições de 2022).

Palavras-chave: *Podcast*. Mídias. Transcodificação.

¹ Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS).

² Professor da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS). Doutor em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (USP).

ABSTRACT

This article, based on the concepts of Castells (2002) and Jenkins (2009), analyzes the evolution of the internet that enabled the emergence of podcasts. The study establishes that asynchronous consumption and personalization distance the podcast from the web radio. A parallel is drawn between the characteristics of current podcasts and Manovich's (2005) principles of new media - numerical representation, modularity, automation, variability, and transcoding - and the findings indicate that the format's structure fully assimilates these principles, legitimizing it as a new medium, contrary to the idea of a mere evolution of radio. Finally, the reflection on the principle of transcoding applied to the podcast reveals its role as an agent of cultural and social re-signification, evidenced by its insertion and influence in the political debate (2022 elections).

Key words: Podcast. Media. Transcoding.

RESUMEN

Este artículo, basado en los conceptos de Castells (2002) y Jenkins (2009), analiza la evolución de internet que propició el surgimiento de los podcasts. El estudio establece que el consumo asincrónico y la personalización distancian al podcast de la radio web. Se traza un paralelo entre las características de los podcasts actuales y los principios de los nuevos medios de Manovich (2005) - representación numérica, modularidad, automatización, variabilidad y transcodificación - y los hallazgos indican que la estructura del formato asimila integralmente estos principios, legitimándolo como un nuevo medio, contrarrestando la idea de una mera evolución de la radio. Finalmente, la reflexión sobre el principio de la transcodificación aplicada al podcast revela su papel como agente de resignificación cultural y social, comprobado por su inserción e influencia en el debate político (elecciones de 2022).

Palabras clave: Podcast. Medios. Transcodificación.

1 INTRODUÇÃO

Ao colocar em análise o surgimento e desenvolvimento do *podcast*, é importante destacar suas raízes na evolução da internet e das tecnologias digitais. Seu conceito histórico, influenciado pelas técnicas e métodos do rádio, por vezes é distorcido e pode trazer conceitos equivocados sobre sua evolução. A confusão entre o que é *podcast* e o que é webrádio não é rara, contudo, ela tende a desaparecer assim que são destacadas as características de consumo assíncrono e personalização de conteúdo, do primeiro em relação ao segundo.

Esta é uma das pistas que este artigo intenciona percorrer, tendo como pano de fundo os conceitos de “Sociedade em Rede” (Castells, 2002) e de “Cultura de Convergência” (Jenkins, 2009), além do pensamento de Manovich (2005), ao destacar a “nova revolução midiática” como a junção entre tecnologias da informação e tecnologias midiáticas, e ao conceituar o que denominou de “princípios das novas mídias”.

Por meio dessas referências, o texto define *podcast* como uma forma única de mídia e acredita ainda que os princípios da representação numérica, modularidade, automação, variabilidade e transcodificação, propostos por Manovich, não só definem a natureza técnica do *podcast* como também delineiam seu impacto cultural na sociedade contemporânea.

2 O SURGIMENTO DO PODCAST

Há uma considerável discussão em torno do ineditismo do que atualmente é conhecido como *podcast*. Debates, explanações, conversas e entrevistas já eram conduzidos há muito tempo nas mídias impressas, no rádio e na televisão. O conceito de *podcast*, claramente distinto das abordagens analógicas, está ligado ao desenvolvimento e à evolução da internet e das tecnologias que a sucederam.

Desde o início - quando foi desenvolvida para aplicação predominantemente militar e posteriormente aberta ao público em geral -, a internet passou a ser reconhecida pela sua capacidade de transmissão e compartilhamento de informações. Em pouco mais de meio século, as tecnologias ligadas à rede mundial de computadores

impulsionaram mudanças sociais significativas, em um processo de influência mútua, "moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela" (Castells, 2002, p.40).

Tal influência também se torna aparente nos estudos de O'Reilly (2007), que caracterizou a *Web 1.0* como a primeira geração da internet, uma fase de publicação com usuários passivos que apenas consumiam informações. A *Web 2.0* introduziu a participação ativa dos usuários em um movimento de convergência de mídias. Torres (2009) teoriza a *Web 3.0*, com a concepção de uma internet "inteligente", que utiliza todo o conhecimento armazenado e propõe soluções personalizadas às demandas do usuário:

Isso se daria pelo uso da semântica, em vez de palavras-chave, dando mais precisão e agilidade à busca de conteúdo. O usuário poderia fazer perguntas em suas ferramentas de busca, e esta seria capaz de ajudá-lo de forma mais eficiente, entendendo a sua real necessidade, pela análise semântica da pergunta e de seu contexto. (Torres, 2009, p. 350)

O surgimento da internet e seu desenvolvimento desempenharam um papel fundamental como "facilitadores" na concretização de uma aspiração que sempre existiu: a de armazenar, compartilhar, consumir, produzir e transmitir informações. A partir da *Web 2.0*, emerge o conceito de "Cultura de Convergência" definida por Jenkins (2009, p.27) como sendo "o fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, da colaboração entre diversos setores midiáticos e do comportamento migratório das audiências dos meios de comunicação". É importante, neste ponto, opondo-se à tendência tecnocentrista, compreender que o avanço tecnológico não criou, e sim viabilizou uma necessidade preexistente.

As webrádios surgem nessa perspectiva de convergência, quando as emissoras, especialmente o rádio, perceberam a necessidade de disponibilizar seus conteúdos em portais e páginas, como alternativa para estabelecer e aumentar sua audiência (Pereira; Monteiro, 2020, p.119), o que corrobora com Herschmann e Kischinhevsky (2009, p. 102) ao afirmarem que "o meio rádio - que já foi veículo privilegiado em projetos de construção de identidades nacionais e esvaziou-se ao longo das últimas décadas - vive um momento de redefinição, diante da revolução trazida pela convergência tecnológica".

Até então, apenas o meio de transmissão se apresentava como diferença aparente entre o que era veiculado nas FMs e nas webrádios. O primeiro, por meio de ondas analógicas captadas por um aparelho; o segundo, por meio de dados transmitidos a um dispositivo conectado. A diferença de transmissão analógica (ondas de rádio) para transmissão digital (dados) representa uma mudança significativa - princípio da representação numérica da lógica das novas mídias, segundo Manovich (2005) -, porém ainda persistia a semelhança no que diz respeito ao fluxo de transmissão, e consequentemente ao conteúdo.

Fluxo de transmissão, conforme Medeiros (2007, p.2), “é entendido como a forma que o som é transmitido e o seu comportamento durante a transmissão” e pode ser categorizada em dois tipos: fluxo de transmissão síncrono e fluxo de transmissão assíncrono. As tentativas de implementar um fluxo de transmissão assíncrono à rádio FM, enfrentaram desafios técnicos e altos custos, entretanto encontraram ambiente favorável na internet com a replicação de sua programação.

Adam Curry, apresentador da MTV, e Dave Winer, desenvolvedor de *softwares*, foram pioneiros na disponibilização de programas de rádio de maneira assíncrona na internet (Jesus, 2014). Eles desenvolveram o RSS³, um agregador de conteúdo, que permitia que os programas fossem ouvidos a qualquer momento, independentemente do horário de veiculação na emissora. Tal prática passou a ser conhecida como *podcasting*, ou seja, o ato de criar um *podcast*. Jesus (2014, p.10) explica a origem do termo *podcast* como:

(...) a união das palavras iPod (dispositivo móvel de reprodução de áudio/vídeo) e broadcast (método de distribuição/transmissão de dados). Podcast é uma mídia de publicação de áudio, vídeo e imagens na internet, que pode ser reproduzida em qualquer aparelho com capacidade de leitura de arquivos de áudio.

No início dos anos 2000, os *podcasts* eram limitados à distribuição dos programas de rádio por meio dos agregadores de conteúdo. A possibilidade de consumo assíncrono, onde “cada indivíduo decide quando e onde vai ouvir o conteúdo”

³ Sigla em inglês para *Really Simple Syndication*, um formato de distribuição de informações em tempo real pela internet.

(Herschmann; Kischinhevsky, 2009, p. 102), independentemente do horário da grade de programação da emissora, era o que os diferenciava das webrádios.

Embora os primeiros estudos acadêmicos sobre o assunto tenham surgido no Brasil nos meados dos anos 2000 - com os trabalhos de Castro (2005) antevendo a distribuição e consumo de conteúdo sonoro por meios legais; Primo (2005) apontando as mudanças na forma de produzir, distribuir e receber o áudio; e Lemos (2005) afirmando que o *podcast* é a “reconfiguração do rádio” dentro do ciberespaço -, percebe-se ainda certa preferência para estudos voltados ao desdobramento da migração do rádio para a internet, às potencialidades do *podcast* como suporte didático de ensino, ou ainda a sua utilização como ferramenta de disseminação de notícias, mas pouco, no sentido de descrevê-lo diante das novas formas de consumo de mídia, ou especificá-lo de maneira generalista.

Atualmente, o que se conhece como *podcast*, integrou características de mídias anteriores (áudio do rádio, texto do impresso, vídeo da TV) num movimento de remediação ou ainda reconfiguração por meio da internet. Embora não seja inovador em termos de recursos audiovisuais, o ambiente digital mudou radicalmente a forma como o público consome, compartilha e interage com esse conteúdo. Portanto, tendo como referência os estudos de Manovich (2005), é possível desenhar em torno do *podcast* princípios que podem defini-lo como uma nova mídia.

3 O PODCAST E O CONCEITO DE “NOVA MÍDIA”

Para Manovich (2005, p.64), a singularidade do que ele define como “nova revolução midiática”, reside na convergência e fusão das tecnologias informáticas e midiáticas. Enquanto a prensa ou a fotografia trouxeram impactos sociais unilaterais, a primeira modificando a maneira como a informação seria distribuída, e a segunda em como as imagens seriam representadas, esta nova revolução afeta todas as etapas da comunicação.

A revolução dos meios informáticos afeta todas as fases da comunicação, e abarca a captação, a manipulação, o armazenamento e a distribuição; assim como afetam as mídias de todo tipo, sejam textos, imagens fixas e em movimento, som ou representações espaciais. (Manovich, 2005, p. 64, tradução nossa).

O entendimento de que a revolução midiática se limita à mera presença ou uso de computadores é superficial. Afinal, à primeira vista, o que poderia diferenciar uma fotografia ou um texto impresso em um jornal daqueles apresentados em uma página da *web*? No geral, a diferença seria mínima, pois, independentemente do meio, eles manteriam sua essência. O ponto crucial nesse raciocínio é a informatização; a digitalização; a transformação da informação em dados, e todas as inovações decorrentes desse processo e que num aspecto mais amplo promoveram mudanças culturais e sociais. Tais inovações trouxeram princípios que poderiam ser considerados “tendências gerais de uma cultura que experimenta uma informatização. À medida que esta afeta camadas cada vez mais profundas da cultura, são tendências que se apresentarão cada vez mais evidentes” (Manovich, 2005, p.72, tradução nossa).

Com base na argumentação anterior, pode-se considerar a *webrádio*, que deu origem ao *podcast*, como uma nova mídia, todavia, ao examinar a experiência quanto ouvinte, parece haver uma simples replicação do que já era feito nas rádios tradicionais. Não se observa a exploração efetiva dos princípios de representação numérica, modularidade, automação, variabilidade e transcodificação (Manovich, 2005, p.65). Rotular a *webrádio* como uma nova mídia, tendo como parâmetro a digitalização/informatização da rádio tradicional, também seria uma abordagem superficial. Em contrapartida, a essência do *podcast* se apropriou de todos esses princípios e, no momento, figura como um fenômeno midiático, quiçá uma nova mídia.

3 OS PRINCÍPIOS DAS “NOVAS MÍDIAS” E O *PODCAST*

A influência dos computadores na comunicação foi a referenciação das “novas mídias”. O *hardware* não é apenas uma forma de distribuição ou exibição de conteúdo e sim uma ferramenta para produção e armazenamento de novos conteúdos midiáticos. Todo conteúdo das mídias tradicionais pode ser “encaminhado” para o meio digital, com o benefício da facilidade de acesso e compartilhamento de qualquer tipo de material informativo.

A definição de Manovich (2005) dos cinco “princípios das novas mídias”, que também chama atenção ao fato de que:

Nem todas as novas mídias obedecem a estes princípios, que não deveriam ser considerados como leis, mas sim como tendências gerais de uma cultura que experimenta a informatização. À medida que esta afeta as camadas mais profundas da cultura, são tendências que se tornarão cada vez mais aparentes. (Manovich, 2005, p. 64, tradução nossa).

4.1 Representação Numérica

A base da discussão a respeito dos novos meios é a digitalização. Segundo Manovich (2005, p. 73, tradução nossa) a digitalização é “a conversão de dados contínuos para uma representação numérica (...) e se compõe de dois passos, que são a amostragem e a quantificação”. Por meio dela, toda a informação, seja ela texto, imagens, sons, vídeos, é convertida em dados que são capturados em intervalos regulares (amostragem). Na computação, isso significa que toda a informação é convertida em uma sequência de números (quantificação), que pode ser armazenada, manipulada e transmitida eletronicamente.

A representação numérica possibilita a codificação de informações de diferentes formas, tornando-as mais facilmente processáveis por computadores. Essa digitalização é o que permite a flexibilidade e a manipulação de dados nas novas mídias. Por exemplo, um texto pode ser representado em formato digital, permitindo pesquisas por palavras-chave, tradução automática e edição eletrônica. Imagens podem ser digitalizadas e alteradas de várias maneiras. O som pode ser gravado, editado e transmitido em formato digital.

O *podcast*, que abarca várias características de mídias tradicionais, surgiu como um produto do meio digital. No começo dos anos 2000, a possibilidade de conversão do áudio para o formato digital, a aplicação de codificação para facilitar sua disseminação por meio de agregadores na *web* e a capacidade de consumo assíncrono por meio de equipamentos portáteis, foram viáveis graças ao princípio da representação numérica.

4.2 Modularidade

Numa analogia às estruturas em fractais, onde um “objeto geométrico pode ser dividido em partes, cada uma das quais semelhantes ao objeto original” (Basaglia, 2014, p.17), o princípio da “Modularidade” aponta uma característica onde objetos digitais

podem se combinar, formando objetos ainda maiores e ainda assim mantendo sua independência. Manovich (2005), de mesmo modo, apontou que:

Da mesma maneira que um fractal tem a mesma estrutura em diferentes escalas, o objeto das novas mídias apresenta sempre a mesma estrutura modular. Os elementos midiáticos, sejam imagens, sons, formas ou comportamentos, são representados como coleções de amostras discretas (...) de elementos que se agrupam em objetos de maior escala, porém que seguem mantendo suas identidades separadas (Manovich, 2005, p. 64, tradução nossa).

O ato da edição de um filme multimídia utilizando fotografias, pequenos vídeos e alguma trilha sonora, ilustra este princípio. Por meio de um *software*, os elementos podem ser organizados e ordenados na *timeline*, resultando em um filme maior, no qual cada arquivo mantém sua individualidade.

Apesar dessa forma de criação modular ser recorrente em mídias tradicionais, por exemplo, em um telejornal - e sua reunião de várias reportagens/notícias, que por sua vez, traz a compilação de inúmeros vídeos, imagens e sons -, a modularidade ganha uma nova ênfase diante da digitalização da informação. Isso se deve ao fato de que a digitalização permite que diferentes partes de informações, sejam facilmente reformatadas e reutilizadas para criar novos níveis de informação. Essa reutilização de elementos de mídia pré-existent, pode ser feita de maneira prática e relativamente simples, o que amplia significativamente as possibilidades de criação de conteúdo.

Ao levar em consideração os canais de *podcast* no *Youtube*, é possível ressaltar duas práticas comuns que podem ilustrar o princípio da modularidade. A primeira delas envolve os chamados “canais de corte”, onde trechos dos episódios completos são decupados e publicados como vídeos independentes. Normalmente, esses trechos abordam tópicos específicos, que fazem parte de um todo, e ainda assim podem ser assistidos e compreendidos de maneira individual.

A segunda prática consiste na “capitulação”, na qual os produtores do *podcast* fornecem marcações temporais, ao longo da linha do tempo do episódio, para identificar os tópicos tratados, dividindo o conteúdo em “capítulos”. Essas marcações são incorporadas no texto descritivo do episódio - como podem ser observadas na Figura 1 - e, de maneira ocasional, são acrescentadas nos comentários, frequentemente por contribuições dos espectadores.

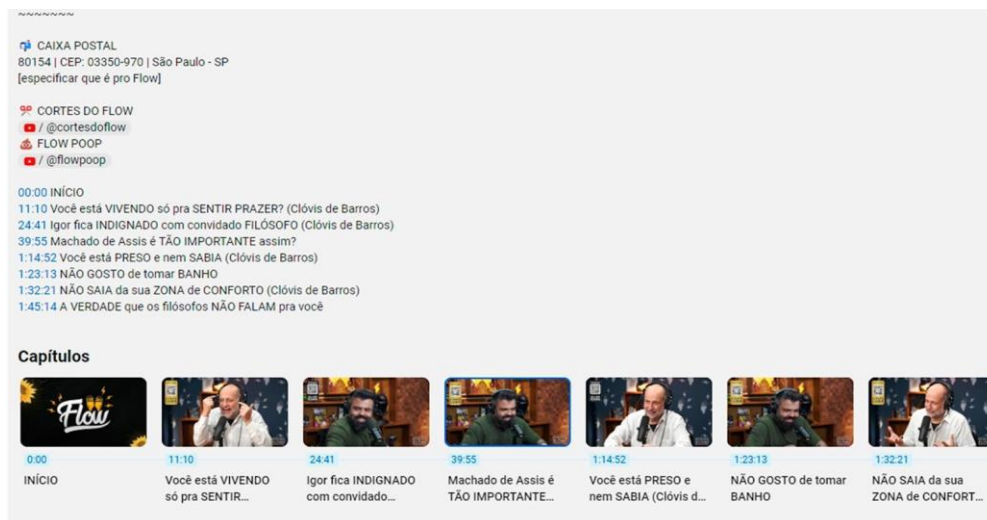


Figura 1 - Tópicos de um episódio do *podcast Flow*⁴

Fonte: *Flow Podcast*.

4.3 Automação

Os princípios da representação numérica – que permite à informação ser “enxergada” como um apanhado de dados/números, sendo passíveis de operações matemáticas lógicas e integração algorítmica - e da modularidade - com cada objeto digital sendo “entendido” por sua individualidade e particularidade -, tornam possível a automação (automatização) de diversas operações nessas novas mídias. A automação pode remover parte da intencionalidade humana do processo criativo, e conforme Manovich pode ocorrer em “baixo nível” e em “alto nível”:

(...) podemos chamar a automação de “baixo nível” a criação midiática, onde um usuário de computador modifica ou cria do zero um objeto midiático por meio de modelos ou de algoritmos simples. (...) pode-se chamar de automação de “alto nível” a criação midiática, aquela onde é requerida que o computador entenda, até certo ponto, os significados que têm os objetos que são gerados, ou seja, sua semântica. (Manovich, 2005, p. 78, tradução nossa).

Softwares de edição de imagens, ferramentas que

uma vez que seu funcionamento se baseia na capacidade do computador interpretar e manipular informações, com base em seus significados e contextos, simulando a inteligência humana.

Quando o *podcast* é analisado a partir desse princípio, é possível afirmar que ele se enquadra num “baixo nível” de automação. Isso se deve ao fato de que seu processo de produção ainda requer uma intervenção humana considerável, como por exemplo, a presença de *hosts*⁵ e a necessidade de criar conteúdo de forma deliberada. Embora existam ferramentas e *softwares* que podem automatizar certos aspectos da produção, como a edição de áudio, a maioria das etapas de um *podcast* ainda não podem ser delegadas às decisões de IA.

O grau de automação integrado no atual *podcast*, como em muitas formas de mídia contemporâneas, reflete uma interação equilibrada entre a ação humana e as capacidades automatizadas, ilustrando as complexidades da automação nas novas mídias.

4.4 Variabilidade

Seguindo o raciocínio, onde o conceito anterior serve como partida para a elaboração e explicação do seguinte, a variabilidade seria “outra consequência da codificação numérica (princípio 1) e da estrutura modular dos objetos midiáticos (princípio 2)” assim como está “intimamente conectado com a automação” (Manovich, 2005, p. 82, tradução nossa).

Nas mídias tradicionais, é necessária a interação humana na inserção e na organização de elementos (textuais, visuais, sonoros) em uma composição sequencial (um artigo, uma música, um filme) que são arquivados em algum meio (livro, CD, película) e podem, num momento posterior, ser replicados de maneira idêntica ao original. Esta é a lógica de produção da sociedade industrial e da massificação da indústria cultural.

Nas novas mídias, as características de digitalização, modularidade e automação, possibilitam a personalização dos objetos midiáticos. Distanciando-se da cultura de

⁵ Denominação dos apresentadores de *podcasts*.

massa, produtos midiáticos, outrora fixos e apenas replicáveis, passam a existir em versões distintas e de acordo com a demanda do usuário. Manovich esclarece que:

Os elementos midiáticos, que se armazenam em formato digital em vez de estar em um meio fixo, mantêm suas distintas identidades e podem se agrupar em múltiplas sequências sob o controle do programa. Além do mais, como os próprios elementos se decompõem em amostras discretas, podem-se criar e adaptar-se ao usuário instantaneamente. (Manovich, 2005, p. 82, tradução nossa).

Basaglia (2014, p.20), ao tensionar *Fanzines* e os “princípios da nova mídia”, corrobora com a afirmação de Manovich e aponta que a variabilidade também pode ser compreendida como o princípio da mixagem ou da recombinação, onde, além do conteúdo, os elementos midiáticos podem sofrer variações e combinações e muitas vezes sem intervenção humana.

Ao ser categorizada em nível de conteúdo (alterações do conteúdo propriamente dito) e nível de interface (alterações na forma como o conteúdo é apresentado), a variabilidade, em seu conceito mais amplo, figura como um princípio fundamental no surgimento e desenvolvimento dos *podcasts*, pois sua utilização se dá sobretudo em sua distribuição e consequentemente seu consumo. Portanto a variabilidade, no *podcast*, assume uma utilização em nível de interface.

A existência do *podcast* reside na ideia de consumo sob demanda, e isso, como mencionado anteriormente, o diferencia da webrádio. Essa característica pode ser considerada como uma forma de personalização, pois permite aos usuários escolher o conteúdo que desejam, consumi-lo no momento de sua preferência, por meio do dispositivo de sua escolha e muitas vezes em uma sequência determinada por eles próprios.

4.5 Transcodificação

Para Manovich, a representação numérica e a modularidade são consideradas “princípios básicos e materiais” e, portanto, fundamentam a automação e a variabilidade, no entanto o último princípio, o da transcodificação, que carrega o sentido direto de “tradução para outro formato” (Manovich, 2005, p.94), é o que traz as

mais relevantes consequências. Este princípio promove reflexões profundas sobre o impacto das novas mídias nos aspectos culturais da sociedade.

Se, *a priori*, a transcodificação é definida como a simples "conversão para outro formato", como este princípio, eminentemente técnico em sua natureza, pode desencadear transformações nos aspectos culturais? Manovich recorre a um exemplo de uma imagem digitalizada, para ilustrar esse processo. Essa imagem, embora carregue consigo uma riqueza de significados no âmbito cultural, possui também uma representação intrínseca no âmbito digital. No ambiente digital, ela é codificada em uma linguagem informática composta por números, pixels, dimensões e cores, que servem para classificá-la, organizá-la, replicá-la e compartilhá-la. Essa dualidade (o que é e o que significa) revela a coexistência de duas "camadas" de significados: a camada cultural e a camada informática (Manovich, 2005, p. 93).

Considerando que a sociedade contemporânea é amplamente influenciada por computadores, um princípio fundamental do conceito de "Sociedade em Rede" de Manuel Castells (2002), e que há um movimento de "Convergência Digital", conforme observado por Henry Jenkins (2009), que direciona cada vez mais aspectos da nossa vida para o ambiente digital, é incontestável a influência substancial da representação informática sobre a representação cultural. Manovich ressalta que:

Uma vez que as novas mídias de comunicação são criadas, distribuídas, armazenadas e arquivadas com computadores, espera-se que seja a lógica do computador que influenciará significativamente a lógica cultural tradicional dos meios de comunicação.(...) As maneiras como o computador modela o mundo, apresenta os dados e nos permite trabalhar; as operações fundamentais por trás de todo programa informático; e as convenções que sua interface - em resumo do que pode ser chamado de ontologia, epistemologia e pragmática do computador - influenciam a camada cultural nas novas mídias, em sua organização, seus gêneros emergentes e seus conteúdos. (Manovich, 2005, p. 93, tradução nossa).

Assim, embora inicialmente possa destacar-se sua natureza predominantemente técnica, a transcodificação traz consigo, a capacidade de conferir novos significados e introduzir novos códigos sociais por meio dos princípios de representação numérica, modularidade, automação e variabilidade, todos eles fundamentados na digitalização.

Tentar transcrever, com base num caráter técnico, o princípio da transcodificação aplicado ao *podcast* é correr o risco de cair no clichê da

“disponibilização do episódio em várias plataformas diferentes”. Essa reflexão deixa de ser rasa quando a análise passa a considerar o contexto histórico do seu surgimento, seu desenvolvimento paralelo à evolução da internet, seu atual formato e principalmente sua influência na sociedade. A constatação de que o *podcast*, atualmente, figura como um fenômeno midiático, não decorre apenas por suas características técnicas, da busca constante de seus produtores por novas tecnologias, ou ainda de alguma “inovação” específica no uso de recursos audiovisuais, isso decorre pela sua influência na sociedade, que o estabeleceu como uma referência, por exemplo, na seleção de conteúdo.

Um reflexo do princípio de transcodificação pode ser observado no processo eleitoral brasileiro de 2022. O contexto social de pós-pandemia, e o aumento no consumo de *podcast* pelo público brasileiro, conforme apontou pesquisa do grupo Globo em parceria com Ibope⁶, propiciaram uma disputa pela participação e audiência entre os presidenciáveis no *Flow Podcast*. Os quatro principais concorrentes à presidência, conforme destacados nas pesquisas eleitorais, foram convidados a participar de conversas com Igor 3k, e apresentaram surpreendentes indicadores de audiência durante suas participações.

Jair Bolsonaro participou do episódio #89 em 08/08/2022⁷, com duração de 5h21min, e teve 16,3 milhões de visualizações, 177 mil comentários, e cerca de 1,6 milhões de curtidas. Simone Tebet esteve no episódio #95 em 18/08/2022⁸, que durou 3h52min, teve 402 mil visualizações, 2.100 comentários e 21 mil curtidas. Ciro Gomes foi o convidado do episódio #112 em 26/09/2022⁹ com duração 3h03min, 1,2 milhões de visualizações, 7 mil comentários e por volta de 90 mil curtidas. Já no segundo turno da eleição, o episódio #124 em 18/10/2022¹⁰, contou com a participação de Luiz Inácio

⁶ Disponível em: <https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>. Acesso em dez.2021.

⁷ Flow Podcast. “BOLSONARO [PRESIDENTE DO BRASIL] - Flow #89”. YouTube, 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=EToS1HBw64Q>

⁸ Flow Podcast. “SIMONE TEBET - Flow #95”. YouTube, 2023.

Disponível em: [https://www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=Ve_pP4VFDkY)

“Lula” da Silva. Com duração de 1h37min, obteve 9,7 milhões de visualizações, 102 mil comentários e cerca de 954 mil curtidas.

Esses números expressivos, são indicativos da própria ressignificação do produto como uma mídia importante e influente. A ressignificação - transcodificação - foi percebida tanto pelos candidatos e suas equipes, afinal um *podcast* dispõe de tempo quase indeterminado para explanação e discussão do plano de governo proposto, quanto pela audiência que pôde ter contato, de maneira ampla, às proposições dos candidatos que não dispunham de limites de duração às suas participações.

3 CONSIDERAÇÕES

Há cerca de 20 anos, foram publicadas no Brasil as primeiras pesquisas acadêmicas tendo o *podcast* como objeto de estudo, e apesar de ser um fenômeno recente, já naquela época, alguns pesquisadores vislumbravam nele possibilidades de novas reconfigurações na maneira de promover a comunicação. O conceito de movimento de migração do rádio para internet predominava, entretanto, seus atributos de consumo assíncrono, não linearidade temática e de utilização de linguagem “mais coloquial que o rádio tradicional” acabaram por constitui-lo como um formato que o diferenciou das webrádios. Santana e Farias (2016) esclarecem que:

Num contexto geral, a utilização de uma linguagem mais coloquial que o rádio tradicional, o humor, as trilhas sonoras, a música, e a não-linearidade dos assuntos tratados tornam o *podcast* um produto diferente da webrádio e do rádio convencional. (Santana; Farias; 2016. p.11)

Apesar de claramente utilizarem técnicas advindas das produções radiofônicas, o *podcast* se apropriou de diversas particularidades de outras mídias, o que evidencia a necessidade de compreendê-lo a partir de uma nova perspectiva, distinta das categorias tradicionais que o vincula apenas ao áudio. Não é exagero afirmar que características como a utilização de câmeras e técnicas de enquadramento advindas da televisão; a integração de textos dinâmicos, hipertextos, *QR Codes*; a preocupação com cenários e iluminação advindas do cinema, entre outras, tornaram-se elementos esperados quando se opta por consumir o “produto” *podcast*.

Um conceito amplamente difundido no meio acadêmico é que o *podcast*, numa linguagem simplista, é como “um filho mais novo” do rádio, ou ainda conforme Medeiros (2007) apenas uma “transmissão sonora digital”, entretanto vale salientar que o conceito vai além, sendo o objetivo deste estudo, propor, a partir dos princípios propostos por Manovich, o *podcast* como uma nova mídia.

Observa-se que atualmente, desde os estágios iniciais de produção, a digitalização é presente por meio de interfaces, câmeras, microfones, gravadores, *switchers*, computadores e etc. Todos esses “aparatos tecnológicos” produzem, vídeos, áudio, imagens, efeitos, textos, códigos, que com seus atributos únicos se complementam para criar algo maior: um corte; um episódio; um canal de *podcast*.

A automação, por meio dos algoritmos, facilita a distribuição desse conteúdo, fazendo-o chegar a quem interessa e a variabilidade possibilita seu consumo cada vez mais diversificado e personalizado. Por fim a transcodificação, que além de promover a reconfiguração de conteúdo, é um agente de mudanças, ao ressignificar, por intermédio da mediação tecnológica, aspectos sociais e culturais - como ilustrado pela influência das participações dos presidentiáveis de 2022 no *Flow Podcast*.

Devido à sua natureza digital, o *podcast* passa por mudanças constantes. Sua rápida e dinâmica assimilação de novas tecnologias, usos e conceitos o transformam em um fenômeno midiático. E, embora defini-lo de maneira exata não seja tarefa simples, investigações nesse sentido podem trazer contribuições relevantes no estudo das novas mídias. O questionamento que prossegue é: o *podcast*, face às suas características atuais, pode ser categorizado como uma nova forma de mídia audiovisual? Após percorrer as pistas que orientaram este artigo, é possível perceber indicações que sim.

REFERÊNCIAS

- BASAGLIA, Ana. O que os “princípios da nova mídia” tem a ver com os fanzines. In: **Imaginário!**, v.1, p. 7-32, 2014.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. 6ª ed., vol.1. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- CASTRO, Gisela G. S.. **Podcasting e consumo cultural**. E-Compós. Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, ed. 5, 2005.
- HERSCHMANN, M.; KISCHINHEVSKY, M. A "geração podcasting" e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 15, n. 37, p. 101–106, 2009. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4806>. Acesso em: 31 maio. 2023.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.
- JESUS, Wagner Brito de. **Podcast e educação: um estudo de caso**. 2014. 56 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Instituto de Biociências de Rio Claro, 2014. Disponível em: <http://hdl.handle.net/11449/121992>. Acesso em dez. 2021.
- LE MOS, André. **Podcast: emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura**. Publicação do Ciberpesquisa-Centro de Estudos e Pesquisas de Cibercultura. Salvador: EDUFBA, 2005.
- MANOVICH, Lev. **El lenguaje de los nuevos medios de comunicación**. Barcelona: Paidós, 2005.
- MEDEIROS, Macello. **Transmissão Sonora Digital: Modelos Radiofônicos e Não Radiofônicos na Comunicação Contemporânea**. In: Anais do XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, Santos, 2007.
- O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. 2007. Disponível em <https://ssrn.com/abstract=1008839>. Acesso em mai.2023.
- PEREIRA, Alexandre André Santos; MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. **A convergência do rádio: o podcast como proposta para o jornalismo em aplicativos de streaming**. Revista Comunicação, Cultura e Sociedade, v. 7, n. 1, p. 117-129, 2020.
- PRIMO, Alex. **Para além da emissão sonora: as interações no podcasting**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v. 2, n. 13, 2005.
- SANTANA, Vin

Original recebido em: 15 de abril de 2024

Aceito para publicação em: 22 de julho de 2025

Paulo Henrique Moraes Coluti

Mestre em Comunicação. Graduado em Comunicação Social (Publicidade e Propaganda) e especialista em Marketing Digital pela UCDB. Servidor federal na UFMS, onde atua como técnico em áudio e vídeo na Agência de Comunicação Social e Científica. Pesquisa temas relacionados a audiovisual e mídias. Realizou o mestrado pela política de ações afirmativas da UFMS, articulando formação acadêmica e prática profissional.

Gerson Luiz Melo Martins

Doutor em Jornalismo (1999) e mestre em Comunicação (1994) pela ECA/USP, é professor titular da UFMS. Coordena o Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo e desenvolve estudos sobre ciberjornalismo, ensino de jornalismo e convergência de mídia. Foi coordenador do Congresso Internacional de Ciberjornalismo (2008-2020) e atua em redes nacionais e internacionais de pesquisa, como o Grupo de Pesquisa Jornalismo Online (UFBA), Laicom (UAB) e RIIC. Fundador e ex-presidente do FNPJ/Abej, possui trajetória destacada em instituições científicas e profissionais, além de ser organizador do livro *Performance em Ciberjornalismo* (2017).



Esta obra está licenciada com uma Licença
Creative Commons Atribuição-NãoComercial-CompartilhaIgual 4.0 Internacional