

## O crescimento do podcast: origem e desenvolvimento de uma mídia da cibercultura<sup>1</sup>

Lucio Luiz<sup>2</sup>

Universidade Estácio de Sá

Pablo de Assis<sup>3</sup>

Universidade Federal do Paraná

### Resumo

O podcast é uma mídia da cibercultura em formato de áudio. Vem conquistando grande espaço na Web 2.0, especialmente com relação à produção de informação e às suas potencialidades comunicacionais e educativas. Além disso, também subverte a questão do receptor passivo ligado às mídias de massa tradicionais. A partir de uma origem fortemente tecnológica, o podcast teve um desenvolvimento voltado a facilitar sua produção e distribuição, permitindo que qualquer pessoa se torne potencialmente receptor e emissor, tornando a difusão de informações mais democrática. Por se tratar de uma mídia relativamente recente, pouco ainda foi pesquisado e muito pode ser desenvolvido sobre o tema.

### Palavras-chave

Podcast; mídia; cibercultura.

### Introdução

Uma mídia da cibercultura vem conquistando grande espaço na internet graças a sua facilidade de criação e distribuição: o podcast. Em linhas gerais, podcasts são programas de áudio cuja principal característica é um formato de distribuição direto e atemporal chamado podcasting. Isso os diferencia dos programas de rádio tradicionais e até de audioblogs e similares<sup>4</sup>.

A expressão “podcasting” vem da junção do prefixo “pod”, oriundo de iPod (nome do mais popular tocador de mídia digital, fabricado pela empresa norte americana Apple Computer), com o sufixo “casting”, originado da expressão inglesa *broadcasting*, transmissão

---

<sup>1</sup> Artigo científico apresentado ao eixo temático “Jornalismo e novas formas de produção da informação”, do III Simpósio Nacional da ABCiber.

<sup>2</sup> Jornalista e podcaster. Mestre em Educação pelo Programa de Pós-graduação em Educação na linha de pesquisa de Tecnologias de Informação e Comunicação nos Processos Educacionais da Universidade Estácio de Sá (Rio de Janeiro). [lucioluiz@gmail.com](mailto:lucioluiz@gmail.com)

<sup>3</sup> Psicólogo e podcaster. Pesquisador do Núcleo de Estudos do Desenvolvimento Humano na linha de pesquisa de Psicologia Profunda e Contemporaneidade da Universidade Federal do Paraná. [pablo.deassis@gmail.com](mailto:pablo.deassis@gmail.com)

<sup>4</sup> Também há os chamados “videocasts”, programas audiovisuais que utilizam o podcasting como sistema de distribuição de dados, mas são menos difundidos que os programas exclusivamente de áudio.

pública e massiva de informações que, quando feita através de ondas eletromagnéticas de rádio, também pode ser chamada de radiodifusão (FOSCHINI; TADDEI, 2006).

Embora haja certa semelhança entre o podcast e o que poderia ser chamado de “rádio pela internet”, já que se trata essencialmente de informações passadas via arquivos de áudio, não é esse o caso. Meditsch (1999 *apud* Bufarah, 2003) classifica modelos de difusão de áudio como o do podcasting como sendo um tipo de serviço, na verdade, fonográfico, “não se caracterizando como radiofônico por não ser emitido em tempo real”.

Podemos, portanto, definir o podcasting como uma forma de transmitir um arquivo de áudio via internet para ser ouvido em um iPod ou outro aparelho que reproduza ou receba esse arquivo. E entendemos que o podcast é tanto o arquivo de áudio transmitido via podcasting quanto o coletivo desses arquivos (FRANCO, 2009).

Segundo Primo (2005), “podcasting é um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na internet”. Esse processo se dá a partir da relação entre o arquivo de áudio que compõe o podcast e um arquivo de texto que ajuda a divulgá-lo sempre que ele é lançado na internet.

## Origem

Em 2004, a distribuição de arquivos com “programas de áudio” não era novidade. Contudo, para um internauta ouvir um desses arquivos, precisava, a cada nova “edição”, acessar o site que o hospedava, fazer o download para seu computador e, só aí, ouvi-lo.

Houve algumas experiências voltadas ao download automático de arquivos de áudio, mas geralmente ligadas a empresas que também eram responsáveis pela geração de conteúdo, buscando lucro direto. Como havia dificuldade de lucrar com o sistema, essas experiências eram deixadas de lado depois de algum tempo.

Com a profusão de aparelhos portáteis reprodutores de arquivos de áudio, notadamente os de formato MP3, surgiram várias novas ideias de como automatizar o acesso ao conteúdo de audioblogs e demais programas de áudio. O método que mais teve sucesso foi a possibilidade desse download ocorrer automaticamente através de programas chamados “agregadores”, utilizando uma tecnologia já empregada para blogs: o RSS (*Really Simple Syndication*).

O RSS é uma maneira de relacionar o conteúdo de um blog de forma que seja entendido pelos agregadores de conteúdo. Isso é possibilitado através dos chamados “feeds”,

que trazem o conteúdo do blog codificado de maneira que esses programas compreendam e possam apresentar as atualizações automaticamente para os usuários que cadastraram o feed de seus blog preferidos. Com isso, o usuário recebe cada novo conteúdo automaticamente, não precisando mais visitar cada site para ver se já foi atualizado (GEOGHEGAN; KLASS, 2007).

Para que o RSS também funcionasse com arquivos de áudio, foi necessário criar um “enclosure”, maneira de se anexar um arquivo a um RSS, apresentando o endereço onde ele está hospedado para que o agregador faça seu download automaticamente. Em 2003, Dave Winer criou esse “enclosure” para que o jornalista Christopher Lyndon pudesse disponibilizar uma série de entrevistas na internet.

Segundo Mack e Ratcliffe (2007), esse sistema só foi utilizado da forma como entendemos hoje como podcasting em 2004, quando Adam Curry desenvolveu uma forma de transferir o áudio disponibilizado através do RSS para o agregador iTunes a partir de um script de Kevin Marks. Essa forma de transferir o áudio criada por Curry foi chamada de RSStoIPod (já que o agregador iTunes é utilizado para sincronizar arquivos de áudio do computador com o iPod) e foi disponibilizada para que outros programadores a utilizassem livremente.

A partir daí, vários outros agregadores começaram a fazer o download automatizado de arquivos de áudio. Esse sistema foi denominado podcasting. O nome fora sugerido em fevereiro de 2004 por Ben Hammersley, no jornal The Guardian, para definir a forma de transmissão das entrevistas de Lyndon e acabou sendo adotado posteriormente para o novo sistema de transmissão de dados.

Embora faça referência direta ao iPod, o podcasting não ficou limitado a esse reprodutor de mídia digital, sendo desenvolvidas posteriormente formas de associá-lo a quaisquer aparelhos. Os programas de áudio distribuídos através do podcasting passaram a ser denominados podcasts.

### **Podcasting no Brasil**

No Brasil, segundo Silva (2008), o primeiro podcast foi o Digital Minds<sup>5</sup>, de Danilo Medeiros, iniciado em 20 de outubro de 2004. O programa surgiu a partir do blog homônimo,

---

<sup>5</sup> [www.digitalminds.com.br](http://www.digitalminds.com.br)

devido ao desejo do autor em se diferenciar dos blogs que existiam então. Embora vários blogs brasileiros publicassem arquivos de áudio, esses arquivos não se caracterizavam como podcast pela impossibilidade de se assinar o programa via RSS.

Em 15 de novembro do mesmo ano, surgiu o Podcast do Gui Leite<sup>6</sup>, criado pelo podcaster que dá nome ao programa. Na primeira edição, foi explicada a intenção de se fazer o podcast para testar esse tipo de tecnologia. É o mais antigo podcast brasileiro que ainda é produzido regularmente.

Em dezembro de 2004 ainda surgiram os podcasts Perhappiness<sup>7</sup>, de Rodrigo Stulzer, e Código Livre<sup>8</sup>, de Ricardo Macari, respectivamente nos dias 3 e 13. No ano seguinte, vários outros programas estrearam, muitos inspirados nesses primeiros representantes brasileiros na mídia podcast.

Em 2005 foi organizada a primeira edição da Conferência Brasileira de Podcast (PodCon Brasil<sup>9</sup>), primeiro evento brasileiro dedicado exclusivamente ao assunto, nos dias 2 e 3 de dezembro em Curitiba, Paraná. O evento foi organizado por Ricardo Macari e patrocinado pela Kaiser e Eddie Silva.

Durante a PodCon 2005, foi organizada a Associação Brasileira de Podcast (ABPod<sup>10</sup>), tendo sido indicado para presidente o podcaster Maestro Billy, aceito por unanimidade.

Contudo, apesar do promissor crescimento da mídia podcast, ainda em 2005 ocorreu o chamado “podfade”: o fim de vários podcasts no Brasil e no mundo pelas mais diversas razões. O fenômeno continuou até o início de 2006, adiando projetos como o Prêmio Podcast e novas edições da PodCon.

Em meados de 2006, com poucos remanescentes da “primeira geração” de podcasters ainda publicando, vários novos podcasts surgiram e a mídia voltou a ter um crescimento, especialmente a partir de 2008, quando o Prêmio iBest, então um dos principais prêmios brasileiros voltados à internet, incluiu a categoria “podcast” para julgamento exclusivo por voto popular, tendo como vencedor o Nerdcast<sup>11</sup>, seguido por Rapaduracast<sup>12</sup> e Monacast<sup>13</sup>, todos representantes dessa “nova geração” (os dois primeiros surgiram em 2006 e continuam

---

<sup>6</sup> [www.guileite.com](http://www.guileite.com)

<sup>7</sup> [www.stulzer.net](http://www.stulzer.net)

<sup>8</sup> [codigolivre.podcastbrasil.com](http://codigolivre.podcastbrasil.com)

<sup>9</sup> [www.podconbrasil.com.br](http://www.podconbrasil.com.br)

<sup>10</sup> [www.abpod.org](http://www.abpod.org)

<sup>11</sup> [www.nerdcast.com.br](http://www.nerdcast.com.br)

<sup>12</sup> [www.rapaduracast.com.br](http://www.rapaduracast.com.br)

<sup>13</sup> [www.monalisadepijamas.com.br](http://www.monalisadepijamas.com.br)

sendo produzidos regularmente, já o Monacast foi produzido entre janeiro de 2008 e setembro de 2009).

Também em 2008 foi realizada a primeira edição do Prêmio Podcast<sup>14</sup>, organizada por Eddie Silva, sendo a primeira premiação exclusiva para podcasts, com várias categorias de votação popular e júri oficial, recebendo grande divulgação nos próprios podcasts.

O prêmio Best Blogs Brazil<sup>15</sup>, especializado em premiar blogs, também acrescentou a categoria “podcast” em sua edição de 2008, tendo como vencedor o podcast Mondo Palmeiras<sup>16</sup>, dedicado ao time de futebol que dá nome ao programa.

Por fim, em 2008 também houve a primeira edição da PodPesquisa<sup>17</sup>, a primeira ação voltada a analisar o perfil dos ouvintes brasileiros de podcast. A pesquisa contou com 436 respostas e foi novamente realizada em 2009, dessa vez com 2.487 questionários válidos.

Em 2009, vários novos podcasts surgiram e a tendência é de crescimento, embora haja preocupações sobre a possibilidade de um novo “podfade”. Um indicativo desse crescimento são os vários portais dedicados exclusivamente à divulgação de podcasts, como Meupodcast<sup>18</sup>, Podpods<sup>19</sup> e TeiaCast<sup>20</sup>, que contam com centenas de programas cadastrados. Além disso, também foi ao ar em 27 de fevereiro o episódio piloto do Metacast<sup>21</sup>, programa voltado exclusivamente para falar sobre podcasts, com dicas para iniciantes e questões técnicas gerais sobre o assunto, estimulando a criação de novos programas.

### **Características do podcasting**

Para que todo o sistema em que o podcasting se baseia funcione, são necessários vários processos trabalhando conjuntamente. A simples publicação de arquivos de áudio em uma página da internet, por si só, não pode ser classificada como podcasting e, conseqüentemente, esses arquivos não podem ser caracterizados como podcasts, mesmo que possuam várias edições e periodicidade.

---

<sup>14</sup> [www.premiopodcast.com.br](http://www.premiopodcast.com.br)

<sup>15</sup> [www.bestblogsbrasil.com](http://www.bestblogsbrasil.com)

<sup>16</sup> [www.mondopalmeiras.net](http://www.mondopalmeiras.net)

<sup>17</sup> [www.podpesquisa.com.br](http://www.podpesquisa.com.br)

<sup>18</sup> [www.meupodcast.com](http://www.meupodcast.com)

<sup>19</sup> [www.podpods.com.br](http://www.podpods.com.br)

<sup>20</sup> [www.teiacast.com.br](http://www.teiacast.com.br)

<sup>21</sup> [www.metacast.info](http://www.metacast.info)

Segundo Vanassi (2007), o sistema podcasting apresenta determinadas características. Uma delas é a produção. Para se produzir um podcast não é necessário conhecimento técnico avançado ou investimentos muito altos.

Em teoria, para se produzir um podcast é necessário somente um computador equipado com um microfone, fones de ouvido e uma placa de áudio com capacidade de gravação e reprodução de sons. Para isso, basta que o usuário capture o áudio e crie um arquivo de som para ser disponibilizado na internet (MEDEIROS, 2005).

Outra característica do podcasting são os tipos de arquivo. Para se publicar podcasts na rede, os arquivos de áudio dos programas não podem ser muito grandes (em volume de dados), pois os ouvintes precisam copiá-los para seus computadores e nem todos contam com conexões suficientemente rápidas para fazer downloads longos em um período de tempo aceitável. Para resolver essa questão, foram criados mecanismos de compressão de dados que reduzem o tamanho dos arquivos de áudio. Esses mecanismos geram arquivos comprimidos, com menor volume de dados, sem afetar muito a qualidade dos sons. O formato de arquivo mais comum encontrado nos podcasts é o MP3, que é um arquivo comumente lido e reconhecido pela maioria dos tocadores portáteis de áudio, ou *MP3 players*.

Para se criar arquivos de áudio nesse formato é necessário o uso de softwares específicos que comprimam ou que já gerem arquivos nessas condições. Um exemplo de programa que supre essa necessidade é o Audacity<sup>22</sup>, que pode ser copiado gratuitamente na internet. Além de gravar em MP3, o Audacity permite a edição de áudio de forma simples.

Contudo, não há regra a respeito do formato de áudio a ser utilizado. Vários podcasts utilizam outros formatos, como o AAC, que, embora gere um arquivo final de tamanho maior que o MP3, permite, entre outras coisas, uma qualidade de som melhor, a divisão do áudio em “capítulos” e a incorporação de links e imagens ao arquivo. A desvantagem é que nem todos os reprodutores de mídia digital conseguem “ler” esse formato ou utilizar plenamente seus recursos, o que faz com que alguns podcasts possuam feeds independentes para versões em MP3 e AAC de seus programas (GUANABARA, 2009).

Mais uma das características definidas por Vanassi (2007) é a disponibilidade. Os podcasts devem estar disponíveis publicamente na internet e facilmente acessíveis, pois uma das principais características do podcasting é a liberdade oferecida para o ouvinte poder baixar e escutar os programas disponibilizados quando quiser. Para isso, cada programa

---

<sup>22</sup> [audacity.sourceforge.net](http://audacity.sourceforge.net)

produzido deve ser hospedado em um servidor ligado à internet, onde ficará disponível para download. Mantê-los em um servidor pago poderia tornar o processo proibitivo para produtores amadores, pois quanto mais arquivos hospedados mais caro o serviço, mas existem possibilidades gratuitas de se hospedar seu podcast.

Outra característica é o acesso, já que cada vez que um podcast novo vai ao ar, os ouvintes devem ser informados que ele foi publicado. Para que isso aconteça de forma automática é utilizado um arquivo RSS assinado em um agregador, que faz o download automático do programa assim que ele é lançado. Como citado anteriormente, essa é uma das principais características que definem os podcasts (PRIMO, 2005).

Esses arquivos podem ser feitos manualmente por quem publica o podcast, mas também existem formas automatizadas para isso, utilizando programas (conhecidos como plugins) nos próprios sites ou blogs de divulgação. O mais conhecido deles é o PodPress<sup>23</sup>, que é disponibilizado gratuitamente para uso. Quem não tem um blog e quer fazer um feed com facilidade, pode também utilizar um serviço gratuito, como Huffduffer<sup>24</sup>.

A tecnologia do feed é muito utilizada para a distribuição de notícias em portais de jornalismo online ou blogs de notícias. Na prática, para os podcasts funciona da seguinte maneira: durante intervalos predefinidos, um programa agregador procura arquivos de podcasts nos feeds presentes em cada RSS cadastrado. Após encontrar um podcast novo, esse software pode copiá-lo para o computador ou diretamente para um dispositivo (*player*) portátil. Uma vez armazenado, pode-se ouvir o podcast, onde e quando se desejar (MEDEIROS, 2005).

### **Podcasting e demais tecnologias de distribuição de conteúdo**

Como dissemos anteriormente, simplesmente postar um arquivo na internet não o torna um podcast. Muito menos simplesmente disponibilizá-lo para download em um blog ou site. O grande diferencial ou característica marcante de um podcast é a presença de um feed RSS.

Originalmente, o podcasting foi criado para suprir a falta de conteúdo a ser distribuído via iTunes para os usuários do iPod. A ferramenta RSStoIPod, já citada, se utilizava da

---

<sup>23</sup> [www.wordpress.org/extend/plugins/podpress](http://www.wordpress.org/extend/plugins/podpress)

<sup>24</sup> [www.huffduffer.com](http://www.huffduffer.com)

tecnologia do feed RSS para usar o iTunes como agregador de novas formas de mídia, principalmente áudio.

Por mais que um podcast seja mais que um “MP3 enviado via internet”, é justamente a possibilidade de baixar esse arquivo MP3 via feed RSS, independente do que venha agregado a ele, como textos, imagens ou links, que o torna diferente das outras mídias (ASSIS; SALES FILHO, 2009a).

Algumas pessoas podem argumentar que é mais fácil baixar diretamente do site ou blog que disponibiliza o arquivo, que eles não veem a necessidade de utilizar agregadores ou algum outro motivo para preferir não baixar via feed RSS, porém a falta dessa tecnologia compromete algumas das características e vantagens de um podcast. Segundo Medeiros (2005):

A grande inovação que o Podcasting propõe: o “poder de emissão” na mão do ouvinte. Com isso, não existe mais uma produção de conteúdo centralizado nas mãos de uma mídia. Cada usuário produz seu conteúdo descentralizadamente, disponibilizando-o na rede da melhor maneira que lhe convier.

Isso aponta para a questão central sobre o podcast: o ouvinte não é mais “refém” da imposição das mídias tradicionais. Diferentemente da radiodifusão, através da qual o ouvinte recebe passivamente as informações de áudio transmitidas através de ondas eletromagnéticas por uma central de distribuição e é recebida por um aparelho de rádio somente nos locais e momentos disponibilizados pela central de distribuição, o podcast é disponível a qualquer momento e a qualquer pessoa que assinou e baixou o arquivo. Ouvir um podcast não é como ouvir a uma rádio onde se diz, “o que será que está passando?”, mas é mais uma ferramenta criativa onde se diz “vou ouvir o que eu quero” (FRANCO, 2009).

Atualmente existe uma produção grande de programas de rádio via internet, as chamadas “web rádios”, que funcionam seguindo o modelo de radiodifusão, mas utilizando a internet como canal. Na prática, o que diferencia as web rádios das rádios tradicionais é somente o canal de transmissão. Mas o podcasting difere dessa forma de mídia não só pelo canal (que é o mesmo das web rádios), mas principalmente pela forma como a mídia é transmitida.

As transmissões de rádio dependem de horário e local. A radiodifusão tradicional depende de uma programação que segue um horário predefinido, acessível somente em locais onde as ondas eletromagnéticas são alcançadas, enquanto a web rádio

depende da mesma programação com horários certos e é acessível somente a pessoas com acesso à internet naquele momento.

Já o podcast, é um arquivo de mídia disponível para acesso 24 horas por dia, durante todos os dias do ano, enquanto o servidor estiver funcionando. Além disso, assinar um podcast possibilita que o arquivo de mídia esteja em sua posse, em seu computador, sem precisar pensar em baixá-lo, pois os programas agregadores fazem isso. Uma tecnologia similar está sendo utilizada pelo público de sistemas de *broadcasting* estadunidense com a Teevo, que permite gravar um determinado programa quando ele é lançado para ser assistido em um momento futuro.

Outra característica que associa o uso do feed com a liberdade do usuário é a possibilidade ativa de assinar ou “desassinar” um podcast em seu agregador. Enquanto os programas de televisão e de rádio transmitem seus programas da forma como eles preferirem, o usuário de podcast pode criar em seu agregador uma forma mais dinâmica, personalizada e livre para visualizar seus programas favoritos enviados via podcast.

Enquanto o *broadcasting* transmite o mesmo conteúdo a partir de uma central irradiadora para toda a massa, na rede o internauta deve ir buscar as informações que deseja. Essa é a diferença entre o que se convencionou chamar de tecnologias *push* (o conteúdo é “empurrado” até a audiência) e *pull* (o conteúdo é “puxado” pela audiência) (PRIMO, 2005).

O uso de feed permitiu que o podcast se tornasse uma ferramenta nova na divulgação de novos materiais. Basta o usuário estar conectado à internet e com seu agregador ligado para que ele receba em seu computador um programa para assistir quando e onde quiser. Ele não precisa mais correr atrás de programação ou se preocupar em verificar a atualização mais recente do blog que disponibiliza o podcast, já que ele recebe diretamente em seu computador somente os programas que lhe for de interesse (ASSIS; SALES FILHO, 2009b).

### **Podcast e produção da informação**

Embora possamos encontrar exemplos de podcasts ligados a empresas de mídia tradicional ou criados por radialistas, a maioria dos podcasts, assim como grande parte dos blogs, são produzidos por pessoas não necessariamente ligadas profissionalmente à área de Comunicação, mas sim pessoas que simplesmente utilizam seu tempo livre para projetos pessoais relacionados à internet (PRIMO, 2005).

Apesar disso, é inegável o grande volume de informação produzida pelos diversos podcasts existente, muitos dos quais dedicados a nichos que não encontram espaço na mídia tradicional. A forte interatividade com os ouvintes e a possibilidade sólida de um ouvinte se tornar um podcaster sem dificuldades subverte o conceito tradicional de receptor passivo das mídias de massa, ampliando o conceito de receptor ativo das mídias digitais para se tornar ao mesmo tempo potencialmente receptor e emissor.

Como o podcast também possui a característica de permitir o acesso a programas antigos, as possibilidades de distribuição de informação se ampliam, já que o ouvinte pode buscar um episódio antigo que contenha determinado assunto de seu interesse, o que faz com que vários podcasts procurem gerar conteúdo atemporal.

Contudo, existem podcasts voltados exclusivamente à divulgação de notícias, tanto gerais quanto de temas específicos ou de nicho. Segundo Primo (2005), nesse caso os podcasters costumam comentar notícias publicadas na mídia tradicional ou até em portais da internet, ampliando seu alcance, mas com o risco de gerar a mera reprodução do discurso da grande mídia.

### **Potencial educativo**

A facilidade de criação de disponibilização de conteúdo de áudio através do podcasting o tornou especialmente interessante no campo da educação. É possível desde a utilização do sistema de distribuição de conteúdo para disponibilizar gravações em áudio e vídeo de aulas, até a criação de podcasts com alunos de Educação Básica, como parte de um projeto pedagógico interdisciplinar.

Atualmente, há softwares gratuitos para edição de som, que podem ser captados por computadores, gravadores de MP3 ou até celulares. Vários desses softwares são de fácil utilização, além de contarem com grande quantidade de tutoriais disponibilizados na internet. Além disso, a distribuição também é viável de forma gratuita através de sites como Mevio<sup>25</sup>, que permite a publicação gratuita de quantidade ilimitada de episódios de podcasts com disponibilização de RSS.

Moura e Carvalho (2006) indicam que o uso do podcast em sala de aula tem resultados positivos, já que cria um ambiente diferente do tradicional, com cada aluno podendo

---

<sup>25</sup> [www.mevio.com](http://www.mevio.com)

desenvolver sua aprendizagem de acordo com seu próprio ritmo. Isso traz como consequência a necessidade de se redefinir o papel do professor diante desta tecnologia e da forma como ela é empregada.

Entre as experiências que já foram realizadas com estudantes, estão a disponibilização de músicas em língua estrangeira com a finalidade de treinar tradução e memorização e a produção por parte dos alunos de episódios de podcasts apresentando projetos para outros estudantes. Todos trabalhos tiveram como resultado o empenho efetivo dos alunos, que percebiam uma finalidade para o que desenvolviam (MOURA; CARVALHO, 2006).

O crescente interesse pelo estudo dos podcasts na área da educação pode ser observado pelo levantamento feito por Bottentuit Junior, Lisbôa e Coutinho (2009) sobre a quantidade de estudos e investigações em língua portuguesa acerca da utilização educativa dos podcasts em revistas, atas de congressos e bases de dados acadêmicas. Em 2005, ano seguinte ao surgimento dos podcasts, foram realizados dois estudos, crescendo, no anos seguintes, respectivamente, para 5, 8 e 12. Essa quantidade cresceu bastante em 2009, especialmente graças ao evento acadêmico Encontro Sobre Podcasts<sup>26</sup>, realizado pela Universidade do Minho (Braga, Portugal) nos dias 8 e 9 de julho. Apenas neste evento, foram apresentados 27 artigos, entre painéis, pôsteres e comunicações.

Um dos primeiros projetos realizados no Brasil voltados para a educação foi o Projeto PodEscola<sup>27</sup>, que tinha como projeto original a disponibilização de espaço para a criação e hospedagem de podcasts desenvolvidos por alunos e professores de escolas públicas. Dos podcasts originais relacionados no site, o único que ainda está no ar é o Podcast EscolaBR<sup>28</sup>, no qual o professor Eziquiel Menta, um dos idealizadores do Projeto PodEscola, fala sobre informática na educação. O primeiro programa foi ao ar em 1º de outubro de 2006.

## Conclusão

O podcast é uma mídia muito nova e ainda pouco explorada. Desde seu surgimento em 2004, muito foi feito, mas pouco foi estudado. São poucas as pesquisas acadêmicas que se dedicam a esse tema, mas mesmo assim são várias suas possibilidades.

---

<sup>26</sup> [www.iep.uminho.pt/encontro.podcast](http://www.iep.uminho.pt/encontro.podcast)

<sup>27</sup> [www.escolabr.com/projetos/podescola](http://www.escolabr.com/projetos/podescola)

<sup>28</sup> [www.podcast.sitedaescola.com](http://www.podcast.sitedaescola.com)

Podemos não só pensar a aplicação do podcast na área de comunicação, como forma de divulgação de informações jornalísticas ou ainda como ferramenta para uso na educação, mas também aplicações em marketing, para citar um exemplo. Uma empresa pode usar um podcast para divulgar uma marca para seu público ou ainda trabalhar com podcast internamente com seus funcionários, como ferramenta de endomarketing.

As possibilidades são várias e os campos possíveis de pesquisa e estudo também. É claro que esta pesquisa não pretende resolver nenhum grande dilema, mas somente apontar possíveis caminhos por onde essas pesquisas podem caminhar. Além disso, ela serve para reunir várias evidências de base para futuras pesquisas acadêmicas sobre podcasts.

Ao apresentarmos a história dessa mídia, seu surgimento nos Estados Unidos e sua implantação no Brasil, relacionarmos os aspectos técnicos de produção e distribuição do podcast via feed RSS e explorarmos algumas possibilidades de uso dessa ferramenta, tentamos abrir as portas para que mais trabalhos possam surgir nessa área.

Atualmente, novas tecnologias estão sendo utilizadas para enriquecer cada vez mais os podcasts. Existem, por exemplo, podcasts que utilizam o formato enriquecido AAC, que permite acrescentar imagens anexas ao arquivo de áudio, sem necessariamente transformá-lo em vídeo. Não só esses avanços técnicos mas também desenvolvimentos da aplicação dessa mídia em diferentes áreas certamente poderão ser foco de futuras pesquisas.

### Referências bibliográficas

ASSIS, P.; SALES FILHO, E. [Metacast] 14 - O podcast é mais que um MP3. In: *Metacast*. 1 jul. 2009. Disponível em <<http://metacast.info/2009/07/01/metacast-14-o-podcast-e-mais-que-um-mp3/>>. Acesso em: 25 set. 2009a.

\_\_\_\_\_. [Metacast] 21 - Descobrindo o feed. In: *Metacast*. 25 ago. 2009. Disponível em <<http://metacast.info/2009/08/25/metacast-21-descobrindo-o-feed/>>. Acesso em: 25 set. 2009b.

BARROS, G.C.; MENTA, E. Podcast: produções de áudio para educação de forma crítica, criativa e cidadã. In: *Revista de Economía Política de las Tecnologías de La Información y Comunicación*. Sergipe: Universidade Federal de Sergipe, v. 9, n. 1. abr. 2007.

BOTTENTUIT JUNIOR, J.B.; LISBÔA, E.S.; COUTINHO, C.P. *Podcast: uma revisão dos estudos realizados no Brasil e em Portugal*. In: *Actas do Encontro sobre Podcasts*. Braga, 2009. Disponível em <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/9421/1/S07.pdf>>. Acesso: 25 set. 2009.

BUFARAH, A. Rádio na internet: convergência de possibilidades. In: INTERCOM, 26., 2003, Belo Horizonte. *Anais do XXVI Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, 2003. 1 CD-ROM

FOSCHINI, A.; TADDEI, R. *Conquiste a Rede*: podcast. São Paulo: Ebook, 2006.

FRANCO, D. Podcast. In: SPYER, J. (Org). *Para entender a internet: noções, práticas e desafios da comunicação em rede*. São Paulo, Ebook, 2009.

GEOGHEGAN, M.W.; KLASS, D. *Podcast solutions: the complete guide to audio and video podcasting*. New York: Friends of Fed, 2007.

GUANARABA, G. [GuanaCast 61b] Notícias da semana (mai/09). In: *Guanabara.info*, 10 mai. 2009. Disponível em <<http://www.guanabara.info/2009/05/guanacast-61b-noticias-da-semana-mai09/>>. Acesso em: 25 set. 2009.

MACK, S.; RATCLIFFE, M. *Podcasting Bible*. Indianapolis: Wiley, 2007.

MEDEIROS, M.S.D. Podcasting: produção descentralizada de conteúdo sonoro. In: INTERCOM, 28., 2005, Rio de Janeiro. *Anais do XXVIII Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, 2005. 1 CD-ROM

MEDITSCH, E. *O rádio na era da informação*. Santa Catarina: Insular, 2001.

MOURA, A.M.C.; CARVALHO, A.A.A. Podcast: potencialidades na educação. In: *Prisma.com*. Portugal: Cetac, n. 3, out. 2006.

PRIMO, A.F.T. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. In: *Intexto*. Porto Alegre, n. 13, 2005.

SILVA, E. Video da apresentação do Prêmio Podcast 2008. In: *Blog do Prêmio Podcast*, 9 dez. 2008. Disponível em <<http://www.blog.premiopodcast.com.br/?p=75>>. Acesso em: 25 set. 2009.

VANASSI, G.C. *Podcasting como processo midiático interativo*. Monografia. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2007.