



## Podcasters Brasileiros: Uma “Comunidade” em Busca de Visibilidade<sup>1</sup>

Lucio LUIZ<sup>2</sup>

Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro

### RESUMO

O podcast cada vez mais ganha espaço na internet brasileira, principalmente graças a projetos colaborativos de seus produtores de conteúdo, conhecidos como podcasters. Uma das principais características do podcast brasileiro é o fato de que a maior parte dos programas são criados e mantidos a partir de iniciativas individuais de pessoas muitas vezes não relacionadas com a área de Comunicação. Isso faz com que a comunidade de podcasters (a chamada “podosfera”) esteja repleta de entusiastas, que, a partir de projetos de cunho pessoal, ajudam a estimular a produção de novos podcasts associados a um apoio mútuo com o objetivo de fazer com a mídia cresça como um todo. Esse artigo observa alguns exemplos dessas iniciativas na curta história do podcast nacional e analisa como isso vem estimulando a produção de podcasts no Brasil.

**PALAVRAS-CHAVE:** áudio; colaboração; podcast; podcasting; web 2.0.

### INTRODUÇÃO

O podcast é uma mídia da cibercultura que conquista cada vez mais espaço graças a sua facilidade de criação e distribuição. Nos Estados Unidos, essa mídia está relativamente consolidada e conhecida, especialmente graças à disponibilização gratuita através da iTunes Store (sistema de distribuição e venda de músicas e aplicativos para os dispositivos móveis iPod, iPhone e iPad, da empresa norte-americana Apple Inc.).

Em linhas gerais, podcasts são programas de áudio ou vídeo cuja principal característica é um formato de distribuição direto e atemporal chamado podcasting, expressão que vem da junção do prefixo “pod”, oriundo de iPod, com o sufixo “casting”, originado da expressão “broadcasting”, transmissão pública e massiva de informações que, quando feita através de ondas eletromagnéticas de rádio também pode ser chamado de radiodifusão.

O Brasil possui uma tradição de adotar o uso de novas mídias de forma efetiva, especialmente as relacionadas à internet. Com os podcasts não foi diferente, já que o primeiro programa desse tipo, chamado Digital Minds, foi publicado pela primeira vez

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 5 - Comunicação Multimídia do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 12 a 14 de maio de 2011

<sup>2</sup> Jornalista. 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). e-mail: lucioluiz@gmail.com



em 20 de outubro de 2004, pouco tempo depois do lançamento dos primeiros podcasts nos Estados Unidos.

O programa Digital Minds foi desenvolvido a partir do blog homônimo, pertencente a Danilo Medeiros, devido ao desejo do autor em se diferenciar dos blogs que existiam então. Nessa época, vários blogs brasileiros publicavam arquivos de áudio, mas esses não se caracterizavam como podcast pela impossibilidade de se assinar o programa via RSS (sistema de distribuição de conteúdo que é a base do podcasting).

Esse foi o diferencial do Digital Minds, que passou a poder ser “assinado” em dispositivos móveis e softwares agregadores de conteúdo sem a necessidade do ouvinte fazer o download manual do arquivo de áudio.

Vários podcasts brasileiros se seguiram a este, sempre com a característica de promover apoio mútuo e de criação de projetos conjuntos visando o crescimento da mídia como um todo. Esse tipo de pensamento ainda existe na podosfera atual, mesmo com várias mudanças de estilo e formato que tornaram o podcast brasileiro produzido nos dias atuais diferente do que é feito no resto do mundo.

## **PRIMEIRAS INICIATIVAS**

Uma prática comum desde os primeiros podcasts brasileiros foi o “crossover”: a participação de podcasters em programas que não os seus próprios. Isso ajudou a sedimentar a noção de uma comunidade de podcasters, apelidada de podosfera (nome dado a partir do conceito de blogosfera, a “comunidade” de blogueiros).

Desde aquela época, a percepção de que todo ouvinte era um potencial podcaster existia, com pessoas se sentindo estimuladas a produzir seus próprios podcasts à medida em que acompanhavam cada vez mais a mídia. Contudo, ainda não existiam então softwares e sites que facilitassem a produção de áudio e hospedagem de arquivos por pessoas com pouco ou mediano conhecimento de informática.

Como forma de estimular os podcasters que já produziam seus programas e aqueles que estavam interessados em participar dessa mídia mas se sentiam inseguros, foi organizada a primeira edição da Conferência Brasileira de Podcast (PodCon Brasil), o primeiro evento brasileiro dedicado exclusivamente ao tema.

O evento ocorreu nos dias 2 e 3 de dezembro de 2005 em Curitiba, Paraná, organizado por Ricardo Macari e patrocinado pelo podcaster Eddie Silva e pela cervejaria Kaiser. Hoje, o PodCon ainda existe como parte do Fórum de Mídias Digitais



e Sociais, realizado anualmente na mesma cidade.

Durante a primeira PodCon Brasil, também foi organizada a Associação Brasileira de Podcast (ABPod), tendo sido indicado para presidente o podcaster Maestro Billy, aceito por unanimidade. Dentre as principais realizações da Associação está a conquista do direito de seus associados utilizarem músicas comerciais legalmente em podcasts sem fins lucrativos pagando um valor simbólico ao Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição).

Também em 2005 foi lançada a primeira (e única) edição da revista Vocêpod, cujo slogan era “A revista do podcast brasileiro”. A revista, em formato PDF (para distribuição gratuita online), foi criada por Eddie Silva e contou com a participação de diversos podcasters no corpo editorial e como colunistas colaboradores.

As matérias apresentavam principalmente conceitos básicos sobre a mídia podcast e tutoriais de como produzir programas de áudio, o que foi importante na época, já que ainda não havia a profusão que há atualmente de softwares de edição de áudio gratuitos e fáceis de usar.

Apesar da vasta quantidade de projetos realizados e em planejamento, isso não impediu que, ainda em 2005, ocorresse o chamado “podfade”: o fim de vários podcasts pelas mais diversas razões. Esse fenômeno, que aconteceu também nos Estados Unidos, adiou projetos como o Prêmio Podcast, que só viria a ser realizado anos depois, quando a mídia se fortaleceu novamente.

## **PREMIAÇÕES**

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 ainda modesto, mas já definindo as características de formato que o podcast brasileiro adotaria, inspirados nos programas de rádio voltados para jovens, que aliavam humor, técnica e mixagem de som, produzindo pautas leves e descompromissadas e trilha e efeitos sonoros que valorizavam a fala dos locutores.

Um dos primeiros a explorar esse formato de produção foi o Nerdcast, surgido em 2 de abril de 2006 (ainda chamado de Nerd Connection) como parte integrante do blog Jovem Nerd, criado em 2002 por Alexandre Ottoni e Deive Pazos.

A popularidade do Nerdcast pode ser medida pelo fato de ser um dos poucos podcasts brasileiros que possuem publicidade paga regular e um modelo de negócios



que engloba a venda de produtos (pela loja virtual própria Nerdstore) e regularização como empresa.

O formato básico do Nerdcast, que serviu de base para grande parte dos podcasts brasileiros desde então, é uma conversa informal sobre temas gerais (no caso deles, dentro da “cultura nerd”, que pode envolver desde a série cinematográfica Star Wars até discussões sobre bolsa de valores), sempre utilizando bastante humor.

A “explosão” da criação de podcasts, contudo, foi bastante influenciada pela edição de 2008 do Prêmio iBest, então um dos principais prêmios brasileiros voltados à internet. Naquele ano, foi incluída pela primeira vez a categoria “podcast”, com julgamento exclusivo por voto popular. O primeiro colocado foi o Nerdcast, seguido, respectivamente, por Rapaduracast e Monacast, todos representantes da “segunda geração” de podcasts nacionais (os dois primeiros surgiram em 2006 e o terceiro em 2008, sendo que todos ainda são produzidos regularmente).

A repercussão do Prêmio iBest ajudou a trazer de volta a antiga ideia do Prêmio Podcast, elaborado por Eddie Silva, que tornou-se a primeira premiação exclusiva para podcasts, com várias categorias de votação popular e júri oficial.

Ao contrário do Prêmio iBest, que era mantido e organizado por uma empresa da área, o Prêmio Podcast foi fruto da iniciativa pessoal de um podcaster, sem patrocínio e contando apenas com apoio de outros podcasters. O prêmio foi divulgado por todos os podcasts participantes, ajudando na divulgação de centenas de programas dos mais diversos temas e gêneros. Sua segunda edição foi realizada em 2009, mas algumas polêmicas fizeram com que essa também fosse a última edição do prêmio.

O primeiro problema surgiu após a publicação de um artigo por Eddie Silva em seu blog pessoal, poucos dias antes do início do Prêmio Podcast, onde criticava os mais populares podcasts brasileiros (Nerdcast e Rapaduracast), acusando-os de não colaborar com a divulgação de novos programas, a despeito de ambos terem divulgado o prêmio no ano anterior, quando participaram e venceram em suas categorias no voto popular (sendo que o Nerdcast também venceu pelo júri oficial). Essa afirmação fez com que os responsáveis pelos dois podcasts citados optassem por não participar do prêmio em 2009, o que gerou vários debates na podosfera, com pessoas tanto criticando quanto elogiando esse posicionamento.

O segundo problema foi a insatisfação de alguns podcasts desclassificados por acusação de fraude no sistema de voto online, cuja relação foi apresentada durante a transmissão ao vivo (via streaming) do resultado. Embora alguns tivessem admitido que



realmente fraudaram, outros alegaram que houve equívoco na forma como a verificação foi feita, gerando nova polêmica.

Por ser uma iniciativa pessoal, sem nenhum apoio financeiro, Eddie Silva optou por não realizar novas edições do Prêmio Podcast devido às polêmicas referentes à edição de 2009. Ainda assim, independente de eventuais erros ou acertos, essa premiação foi um dos principais estímulos para a criação e continuidade de diversos podcasts brasileiros nos anos em que foi realizada.

## COLABORAÇÃO E INTERAÇÃO

Uma forma de colaboração que já existia na “primeira geração” de podcasts brasileiros e que ganhou proporções maiores atualmente é o já citado “crossover”. É muito comum que podcasters participem de programas de outras pessoas, conversando sobre assuntos variados e fazendo divulgação de seus próprios programas. Essa filosofia de colaboração mútua ocorre inclusive entre programas que poderiam ser considerados como “concorrentes”.

De forma generalizada, há uma preocupação entre os podcasters brasileiros de fazer essa mídia crescer como um todo, beneficiando todos os produtores de conteúdo. Esse pensamento é tão difundido que mesmo podcasts recém-lançados podem contar com a participação de podcasters já “consagrados” em seus programas e vice-versa.

Um dos principais exemplos dessa filosofia é o Jabácast, projeto capitaneado pelo Filecast (atual Piratacast). Autodenominado como “primeiro multi-crossover jabazístico (*sic*) de toda a história dos podcasters”, o programa reuniu seis diferentes programas (BuraculoTV, QGPodcast, AnimeCast, Nowloading e DotCast, além do próprio Filecast), cujos participantes falaram sobre a mídia podcast e responderam perguntas uns dos outros sobre seus programas.

O principal diferencial do Jabácast para os demais crossovers é que todos os participantes publicaram esse episódio em seus próprios feeds no dia 21 de agosto de 2008, atingindo todos os assinantes e ouvintes. O projeto se repetiu em 20 de novembro do mesmo ano, dessa vez com a participação dos podcasts Das Antigas SkateCast, Depois das 11, Eduardo Moreira, Nerd Curitibano e Papo de Gordo, além, naturalmente, do Filecast.

Em 24 de março de 2009 surgiu outra iniciativa para o estímulo à produção de podcasts: o primeiro episódio do Metacast. Esse programa, criado por Pablo de Assis e



Eduardo Sales Filho, dá dicas de produção de podcasts, abordando questões técnicas de edição a produção de conteúdo.

Embora atualmente possua periodicidade irregular, o arquivo de episódios do Metacast, com 50 programas lançados até março de 2011 (incluindo o episódio-piloto), ainda é bastante procurado por podcasters iniciantes em busca de informações e orientações gerais sobre o assunto.

Outro exemplo de colaboração é a “bancada dos podcasters” da Campus Party, o maior evento de inovação tecnológica do mundo. A edição brasileira de 2010 do evento, realizada em São Paulo, não teve uma zona temática dedicada exclusivamente ao podcasts, que foram inseridos na de blogs. Contudo, independente de não possuírem um espaço oficial, diversos podcasters criaram uma “bancada extraoficial” que reuniu dezenas de produtores de conteúdo em mesas próximas, com troca de informações, participação conjunta em diversos programas e a criação do site Campus Metacast, que concentrava a divulgação (via blog e RSS) de episódios de variados podcasts que tivessem a Campus Party como tema. Além disso, as palestras relacionadas ao tema contaram com ampla divulgação e forte participação de público, sendo inclusive disponibilizadas via feed.

Na edição de 2011 (na qual os blogs - e, conseqüentemente, os podcasts - passaram a fazer parte da área “Social Media”), os podcasters novamente se reuniram para fazer divulgações mútuas, dentre as quais se destaca o podcast colaborativo “Maratona Podcastal”, iniciativa de Leo Lopes, Tato Tarcan e Prof. Maury, cujas gravações eram transmitidas ao vivo via Twitcam e contavam com a participação de diversos outros podcasters.

Houve ainda, como parte da programação oficial da Campus Party Brasil 2011, uma oficina sobre criação e produção de podcasts apresentada por Gustavo Guanabara. A atividade contou com grande presença de público e transmissão online através de streaming.

## **MÍDIAS SOCIAIS**

Atualmente, uma das principais fontes de divulgação de podcasts é através das mídias sociais, notadamente o Twitter. Considerando que pouco mais de 60% dos ouvintes brasileiros de podcast não utilizam agregadores (ou seja, acessam os programas diretamente nos sites e não por meio de “assinatura”), a divulgação via Twitter é



fundamental para manter a audiência de vários programas, especialmente os que não possuem periodicidade regular.

Os podcasts também são bastante divulgados através de comunidades no orkut e, mais recentemente, no Facebook. Há ainda uma lista de discussão via Google Groups chamada de PodcastBR, que é aberta para podcasters e ouvintes que queiram discutir sobre a mídia, divulgar novos programas e pedir dicas de produção. Em março de 2011, havia 216 membros na lista.

Além disso, o podcast brasileiro também possui uma rede social específica para essa mídia: o portal MeuPodcast, que contava com 1.748 membros em março de 2011. Assim como os demais projetos no cenário do podcast nacional, esse portal também foi uma iniciativa individual sem patrocínio ou apoio financeiro.

Criado pelos responsáveis pelo podcast Alienígenas na América, o portal é voltado para podcasters e ouvintes. Possui um fórum para troca de ideias e divulgação de programas e espaço para a criação de grupos de discussão específico para cada podcast nacional. Além disso, assim como nas redes sociais tradicionais, é possível ter uma lista de amigos, enviar e receber mensagens e colaborar com um blog participativo.

## CONCLUSÃO

Ainda fora do “alvo” das grandes empresas de comunicação, os podcasts crescem no Brasil graças a iniciativas de pessoas que têm como principal objetivo ajudar uma mídia de que são produtores, consumidores e, principalmente, entusiastas.

A força que ajuda o podcast brasileiro a crescer vem exatamente do apoio mútuo entre os podcasters, muitos deles com uma visão romântica sobre o crescimento dessa mídia como um todo, envolvendo divulgação, suporte técnico e até redes sociais específicas para produtores e ouvintes de podcasts.

O acesso à comunicação de setores marginalizados pela mídia de massa reforça a percepção da democratização da informação existente no podcast brasileiro, tornando cada programa, aos olhos dos ouvintes e dos próprios podcasters, responsável por exercer uma certa “militância” na defesa dessa mídia e de sua importância perante a sociedade, gerando ocasionalmente críticas por vezes duras quando algum programa aparenta não estar “batalhando” pela “causa”.

Seria inviável relacionar todas as iniciativas já realizadas com o objetivo de divulgar a mídia podcast. Esse artigo visou apresentar alguns dos principais projetos,



com suas características colaborativas, na intenção de auxiliar aqueles que pretendam estudar a colaboração na internet a partir da observação de como age a podosfera, que atualmente é uma das mais ativas comunidades de produtores e consumidores de conteúdo colaborativo da Web 2.0.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSIS, P.; SALES FILHO, E. [Metacast] 41 - Especial Campus Party Brasil 2010. In: *Metacast*. 10 fev. 2010. Disponível em: <<http://metacast.info/2010/02/10/metacast-41-especial-campus-party-brasil-2010/>>. Acesso em: 30 mar. 2011.

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.

CUMECAMÃO. Podcumê #18 - Todos os podcasts, o podcast. In: *Cumecamão*. 18 out. 2009. Disponível em: <<http://cumecamao.com.br/vai-la-e-ouve/podcume-18-todos-os-podcasts-o-podcast/>>. Acesso em: 30 mar. 2011.

CUMECAMÃO. Podcumê #22 - Fala que eu te escuto!. In: *Cumecamão*. 8 jan. 2010. Disponível em: <<http://cumecamao.com.br/vai-la-e-ouve/podcume-22-fala-que-eu-te-escuto/>>. Acesso em: 30 mar. 2011.

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

GUANARABA, G. *O livro do blog: guanabara.info*. Rio de Janeiro: Blogbooks, 2009.

JOVEM NERD. Mídia kit. In: *Jovem Nerd*. Available at <[http://jovemnerd.ig.com.br/midiakit/midia\\_kit\\_jovemnerd\\_2010.pdf](http://jovemnerd.ig.com.br/midiakit/midia_kit_jovemnerd_2010.pdf)> Acesso em: 30 mar. 2011.

LUIZ, L.; ASSIS, P. O crescimento do podcast: origem e desenvolvimento de uma mídia da cibercultura. In: SIMPÓSIO ABCIBER, 3., 2009, São Paulo. *3º Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura*. São Paulo: ABCiber, 2009. 1 CD-ROM.

LUIZ, L.; ASSIS, P. Podcasting in Brazil: democratizing the information. In: IAMCR CONFERENCE, 2010, Braga. *IAMCR Conference 2010*. Braga: International Association for Media and Communication Research, 2010.

LUIZ L.; ASSIS, P. O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: INTERCOM, 33., 2010, Caxias do Sul. *Anais do XXXIII Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, 2010. 1 CD-ROM

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

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

RECUERGO, R.; ZAGO, G. “RT, por favor”: considerações sobre a difusão de informações no Twitter. In: *Fronteiras*, v. 12, n. 2, mai./ago. 2010.





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: 15 abr. 2010.

SILVA, E. Qual é o atual cenário do podcast brasileiro. In: *Eddie Silva*, 4 set. 2009. Disponível em: <<http://eddiesilva.com/?p=225>>. Acesso em: 30 mar. 2011.

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

VOCÊPOD: podcast magazine. v. 1, n. 1, dez. 2005.