



**Universidade:  
presente!**

**UFRGS**  
PROPEAQ



**XXXI SIC**

21. 25. OUTUBRO • CAMPUS DO VALE

<b>Evento</b>	Salão UFRGS 2019: SIC - XXXI SALÃO DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA DA UFRGS
<b>Ano</b>	2019
<b>Local</b>	Campus do Vale - UFRGS
<b>Título</b>	A segunda era de ouro do áudio: um esboço histórico da trajetória do podcasting
<b>Autor</b>	BIBIANA DA COSTA DAVILA
<b>Orientador</b>	LUIZ ARTUR FERRARETTO

## **Universidade Federal do Rio Grande do Sul**

Professor orientador: Luiz Artur Ferraretto

Bolsista de iniciação científica: Bibiana da Costa Davila

### **A segunda era de ouro do áudio: um esboço histórico da trajetória do podcasting**

A pesquisa busca recuperar a trajetória do **podcasting**, dentro do contexto histórico de desenvolvimento tecnológico e expansão da internet, com foco na distribuição de arquivos de áudio pela rede. A tecnologia de transmissão de arquivos por um feed RSS (**Rich Site Summary** ou **Really Simple Syndication**) foi implementada em 2000, mas as iniciativas de disponibilização de *rádio por demanda* na internet datam o início dos anos 1990. O estudo registra a evolução dessas iniciativas e os fatores que permitiram a ascensão do **podcasting**, bem como apresenta um panorama da produção atual, a partir da análise de conteúdo de alguns dos **podcasts** mais populares no Brasil e Estados Unidos – o maior mercado de áudio por **streaming** no mundo, atualmente.

Com presença cada vez maior no cenário brasileiro, a partir de projetos independentes – *Nerdcast*, *Anticast*, *Mamilos* – e de iniciativas de alguns dos jornais de maior circulação do país – *Café da Manhã*, da *Folha de São Paulo*; *Estadão Notícias*, do *Estado de São Paulo*; e *Ideias*, da *Gazeta do Povo*) e de emissoras de rádio tradicionais (*Panorama CBN*, da Rádio CBN), o **podcasting** não possui uma definição clara, capaz de integrar o que a academia convencionou chamar de **podcast** e a forma como o termo está sendo adotado pelos produtores de conteúdo. Um dos desafios é introduzir uma definição que corresponda às características da mídia e à realidade, na qual o termo é empregado de forma prática.

A pesquisa utiliza estudos já publicados, notícias e reportagens para estabelecer como foi o desenvolvimento do **podcasting**, porque como ressalta Ida Regina Stumpf (2006) a revisão bibliográfica é essencial para qualquer pesquisador tanto para guiar os próximos passos quanto para compreender melhor o projeto. Também são considerados testemunho de personagens, números disponibilizados por agregadores de podcast, como o iTunes e Spotify, e de outros indicadores ligados à mídia. Do ponto de vista metodológico, leva em consideração as proposições de Michael Schudson (1993) para o estudos históricos na área de comunicação. Em termos de base teórica, lança mão da economia política da comunicação (Mosco, 1996).