

Apontamentos sobre *binge-listening* no podcast projeto Querino¹

Giovana Erthal²

Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ

Resumo

Partindo do pioneiro ensaio teórico sobre *binge-listening* (Lopez; Gambaro; Freire, 2023), este texto busca expandir a discussão acerca das características do consumo maratonado através de um estudo de caso sobre o podcast projeto Querino. No objeto em destaque, pensa-se em atributos da construção narrativa, com base na metodologia de Motta (2013), e nas potencialidades das plataformas como exemplos de estratégias que influenciam a escuta maratonada. À vista da limitação teórica sobre o tema, este artigo se aproveita não apenas de estudos sobre podcasting, mas também de contribuições sobre *binge-watching*.

Palavras-chave: podcasting; *binge-listening*; narrativa; plataforma.

Introdução

A expansão do rádio para as plataformas digitais impactou todas as etapas da estrutura de produção até o consumo por parte do público. Ferraretto e Kischinhevsky (2010) pontuaram, inclusive, que a reconfiguração do meio criava margem para uma nova linguagem, de caráter expandido (Kischinhevsky, 2016) e hipermidiático (Lopez, 2010). Embora existam diferentes propostas de categorização de podcasts, opta-se por entender o projeto Querino como "narrativa da realidade" (Viana; Chagas, 2021) por ter características essenciais de um radiojornalismo narrativo (Kischinhevsky, 2018). O Querino foi lançado em 2022 inicialmente como um podcast narrativo de temporada única, produzido pela Rádio Novelo, e uma série de publicações na revista Piauí. Sua premissa é contar a história do Brasil sob uma perspectiva afrocentrada.

Ao tratar de *binge-listening*, é importante pontuar a quantidade limitada de pesquisas que abordam com profundidade o fenômeno. Trabalhos sobre consumo maratonado em geral se voltam ao *binge-watching* e aos efeitos da maratona no comportamento do usuário. Este artigo, por outro lado, se volta aos atributos que podem influenciar a "maratona de escuta", e não às consequências desse tipo de consumo. No ensaio brasileiro mais completo sobre o

¹ Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Email: giovanaerthal@ufrj.br

termo até o momento, *binge-listening* é definido a partir de Rooney (*apud* Lopez *et al.*, 2023, p. 203) como uma escuta de vários episódios em rápida sucessão. Por essência, essa prática só é possível a partir das características digitais que os autores definem como "affordances tecnológicas".

Observa-se ainda a influência da plataforma no percurso de escuta do usuário, condicionando o consumo nos espaços digitais. Não se deve esquecer que os algoritmos "são produzidos socialmente a partir de determinados lugares" (Grohmann, 2020, p. 109). No ecossistema midiático, sites e apps ofertam, primordialmente, a "disponibilidade imediata e contínua" (Lopez *et al.*, 2023), espaço propício não só à escuta sequenciada, mas também facilitada com as indexações, os feeds e as playlists de recomendações.

Metodologia

A escuta ativa, auxiliada pelos roteiros disponíveis no site³ do Querino, permite mapear características textuais para desenvolver a análise pragmática da narrativa proposta pelo pesquisador Luiz Gonzaga Motta (2013). Este artigo sugere que a construção do roteiro cria expectativa, para além de produzir sentido, ao propor um clímax não convencional, alinhado ao título de cada episódio. Nota-se que o podcast trabalha em reter a atenção do ouvinte, com o uso de ganchos e de imersividade (Viana, 2022), e em fidelizá-lo ao *show* ao salientar o ineditismo das informações apresentadas.

Além disso, a investigação do perfil do podcast no aplicativo Spotify serve para identificar aspectos da revisão sistemática de Lopez, Gambaro e Freire (2023). É pertinente pontuar que o Querino adotou um traço característico já identificado no fenômeno de *binge-watching*: o lançamento da temporada completa em um único dia. A lógica de organização em listas do Spotify é semelhante à da Netflix, que foi a primeira a definir o consumo maratonado (Kisilowska-Szurmińska, 2022). Esse tipo de ordenação dos episódios, que Horeck, Jenner e Kendall (2018) chamam de *listicle culture*, funciona como uma motivação ao ouvinte/espectador para que o indivíduo finalize todo o conteúdo disponível.

Considerações

Há elementos na construção do Querino que podem influenciar o *binge-listening* por dialogarem diretamente com aspectos narrativos e tecnológicos que prendem o ouvinte no

³ A ver, <https://projetoquerino.com.br/podcast/>

show. Ao propor uma discussão preliminar sobre o fenômeno, esta análise não dá conta de garantir que o consumidor, em uma primeira escuta, irá necessariamente maratonar o podcast. Reflete-se, no entanto, que é possível, já na produção, pensar em estratégias para impulsionar a maratona de escuta, utilizando não só artifícios narrativos e aprofundamento progressivo, mas também usufruindo das potencialidades do espaço digital.

Referências

- FERRARETTO, Luiz Artur; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e convergência: uma abordagem pela economia política da comunicação**. Revista Famecos, Porto Alegre: PUCRS, v. 17, n. 3, pp. 172-180, set.-dez. 2010.
- GROHMANN, Rafael. **Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal**. Eptic On-Line (UFS), v. 22, p. 106-122, 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/12188>. Acesso em: 10 abr. 2025.
- HORECK, Tanya; JENNER, Mareike; KENDALL, Tina. **On binge-watching: Nine critical propositions**. Critical Studies in Television: The International Journal of Television Studies, v. 13, n. 4, p. 499–504, dez. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1749602018796754>. Acesso em: 03 jun. 2025.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo**. Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación, vol. 5, número 10, pp. 74-81, 2018.
- KISILOWSKA-SZURMIŃSKA, Malgorzata. **Binging – a Fad or a Permanent Change in Media Consumption? A Critical Literature Review**. Zeszyty Prasoznawcze, v. 65, n. 3 (251), p. 73–82, 28 set. 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.4467/22996362PZ.22.028.15955>. Acesso em: 09 jun. 2025.
- LOPEZ, Débora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã: UBI/LabCom Books, 2010.
- LOPEZ, Debora Cristina; GAMBARO, Daniel; FREIRE, Marcelo. **Binge listening: Dimensões do consumo de áudio em podcasting**. Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 14, n. 3, p. 199-226, out./dez. 2023. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/7037>. Acesso em: 06 jun. 2025.
- MOTTA, Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa**. Brasília: Editora UnB, 2013.
- PROJETO QUERINO. **Projeto Querino**, 2022. O projeto Querino mostra como a História explica o Brasil de hoje. Uma história que talvez você ainda não tenha ouvido, lido ou visto. Disponível em: <https://projetoquerino.com.br/>. Acesso em: 06 jun. 2025.

VIANA, Luana; CHAGAS, Luan. **Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais a partir de um panorama histórico.** Anais do XIII Encontro Nacional de História da Mídia. Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia (Rede Alcar), 2021.

VIANA, Luana. **Jornalismo narrativo em podcasting: imersividade, dramaturgia e narrativa autoral.** Tese de Doutorado - Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, 2022.