

Reverberação das Séries Originais e das Categorias de Podcasts em Plataforma de Streaming de Áudio¹

Eduarda QUEIROZ²

Fernando Firmino da SILVA³

Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, PB

RESUMO⁴

Este artigo analisa o tipo de produção original do Spotify e GloboPlay a partir da perspectiva do enquadramento das categorias e da constatação do crescimento do formato podcast que vem atraindo investimentos de plataformas de *streaming* de áudio em produções próprias a partir da noção de podcasts originais e diferentes categorias. Como estratégia metodológica foi utilizado mapeamento das categorias na base das plataformas a partir de planilhas e ficha de observação. O resultado constata que entre as plataformas as categorias predominantes variam, sendo em GloboPlay documentários e ficção, enquanto que no Spotify entretenimento, ficção e jornalísticos.

PALAVRAS-CHAVE: Podcasts; mídia sonora; streaming de áudio; Comunicação.

INTRODUÇÃO

Podcast é um formato de mídia sonora que tem crescido através do *streaming* nas plataformas de áudio e se transformado em modelo de negócios e espaço para experimentação como exploração de categorias como literatura e jornalismo, além de linguagens e formatos a exemplo de áudio imersivo em 3D. A produção de séries originais tem sido o novo momento dessas plataformas. Alguns autores apontam como um momento importante a criação desses podcasts como o *Serial*, produzido por [Koenig e Julie Snyder, desenvolvida pela *This American Life* e em 2020, se tornou propriedade do The New York Times. “Os autores atribuem ao *podcast Serial* o ponto de virada no modelo de negócio do podcast, quando os investimentos em publicidade aumentaram significativamente”. (Avelar; Prata; Martins, 2018, p.10). Para Bufarah Junior (2021), o MP3 influenciou o sucesso posterior dos podcasts e o estabelecimento de um novo hábito de consumo.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos em Comunicação, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Estudante de Graduação 6º de Jornalismo da UEPB, email: eduardaqueirozq7@gmail.com

³ Professor do Curso de Jornalismo da UEPB, email: fernando.milanni@gmail.com

⁴ Este artigo faz parte da pesquisa de PIBIC cota 2023/2004 financiada pela UEPB/CNPq.

Empresas de *streaming* como o Globoplay e Spotify veem a possibilidade de atrair público com suas produções originais que trazem um *storytelling* atrativo que navega por diversas categorias e, portanto, atendendo aos variados nichos.

No contexto brasileiro, temos diversos exemplos de conteúdos jornalísticos e que tem o formato de *storytelling* bem definido, a exemplo de Praia dos Ossos, trazendo não apenas assuntos de notícias. Pode-se inferir, nesse viés, que a ficção se mistura com a realidade e se torna um meio atrativo para além de se manter informado, é mergulhar na história. A ficção mencionada, não corresponde a criação da história, mas a incorporação de sons e formatos para garantir o diferencial na informação e história.

Este artigo, portanto, explora essas dimensões dos podcasts originais produzidos e distribuídos pelo Spotify e GloboPlay procurando compreender o tipo de categorias e os formatos disponibilizados na web e nos aplicativos de audição de podcasts para alcançar nichos (em alguns casos) ou públicos mais abrangentes, dependendo do conteúdo.

Para a investigação, as estratégias metodológicas se constituíram de mapeamento de tais produções originais das plataformas de áudio do Spotify e GloboPlay. Após o mapeamento de todas as produções de ambas plataformas, buscamos categorizar para poder identificar as diferentes categorias (ficção, jornalísticas, documentários, entre outros) visando caracterizar os tipos de podcasts originais e a tendência que eles apresentam. Para tal, classificamos os achados numa planilha⁵ online do Google. Esse artigo faz parte de uma pesquisa maior e o mapeamento de categorias é uma parte desse desdobramento e a partir da ficha de observação e catalogação realizada. Em produções posteriores pretendemos aprofundar e trazer outras dimensões para completar essa série sobre podcasts originais da pesquisa como análise de conteúdo dos podcasts enquadrados no mapeamento realizado.

A PLATAFORMALIZAÇÃO DO ÁUDIO: PODCASTS

A noção de plataformização está articulada com diferentes dimensões, entre elas o *streaming* de áudio. A definição de plataformização tem uma trajetória de que engloba diversos conceitos, dentre os quais de que “(...) plataformas como infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre

⁵ Disponível em https://docs.google.com/spreadsheets/d/17Jm5I5--CDcgE4_uOlfPSu7AF4RHOGijobExmY7dDpU/edit?usp=sharing acesso em 28 mar. 2024.

usuários finais e complementadores” (Poell; Nieborg; Dijck, 2019, p.4; Van Dijck, 2019). Em conformidade com os autores citados, a rede de plataformas se coexiste entre si. Logo, a forma como o público vai reagir com essa plataforma é o que definirá como ela pode se comportar no mercado.

As plataformas se adaptam o tempo todo com objetivo de atrair os usuários finais, principalmente para obter o retorno financeiro investido desde o primeiro momento. Se os usuários finais aderirem uma nova plataforma, os investidores iniciais provavelmente vão procurar maneiras de se adaptar também (Poell; Nieborg; Dijck, 2019, p.7). Nesse sentido, é central mencionar que a plataformização está se modificando com base no comportamento social dentro da noção de plataformização da sociedade e do jornalismo (Kalsing, 2021). Podcast é um desses exemplos de plataformização da produção e distribuição de áudio. Em Cultura da Convergência (Jenkins, 2009) já apontava para essas transformações e chegando não só para os “nativos digitais”, mas também para pessoas que fazem parte dos “imigrantes digitais”, segundo Avelar, Prata e Martins (2018).

Reis (2018) afirma que apesar da potencialidade de investimento ainda não é uma maneira explorada pela maioria dos produtores. “No geral, os podcasts não têm publicidade associada. Um claro desperdício de uma fonte de receita que pode ser uma forma de financiar os produtos áudio que requerem recursos humanos e técnicos especializados”. (Reis, 2018, p. 16). Diante desse contexto, exploraremos os conteúdos disponibilizados nas plataformas de *streaming* de áudio no contexto brasileiro, com foco nas plataformas: Globoplay e Spotify, que tem suas produções com diversas temáticas e a proposta de atingir diversos públicos.

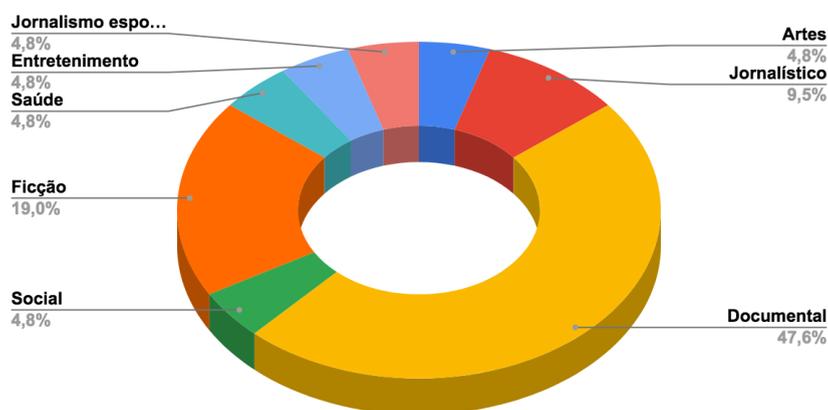
ANÁLISE DAS CATEGORIAS ORIGINAIS DO SPOTIFY E GLOBOPLAY

O *streaming* Globoplay começa a fazer parte do cenário brasileiro no ano de 2015, em que já havia grandes nomes do *streaming* internacional fazendo parte do convívio da nação. As produções originais são conteúdos produzidos e divulgados por uma única plataforma sem a compra de serviços externos para reproduzir no *streaming*. Nesse sentido, a escolha do conteúdo e a forma como chega para o usuário final tende a ser exclusivos naquela plataforma e dificilmente será reproduzida em um outro *streaming*.

A primeira produção de podcasts original Globoplay foi o podcast “Pistoleiro”, a sinopse da série é: “O programa tem a proposta de traçar um panorama sobre o cenário da pistolagem no Rio de Janeiro”. E permeia a categoria de Jornalístico. O Spotify, lança seu primeiro original intitulado “Jogo de Damas”, estreado em 2019, que transmite um bate-papo entre mulheres que trabalham com marketing e áreas correlacionadas. Levando-se em consideração os dados coletados (60 podcasts), o Globoplay disponibiliza 21 podcasts originais em sua plataforma com as mais variadas categorias (gráfico 1). Já o Spotify produziu 39 podcasts originais. Em relação às categorias, especificamente, elas diferem em diversos aspectos.

A plataforma do Globoplay dispõe de 8 categorias, sendo elas: Documental (47,6%), Ficção (19%), Jornalístico (9,5%), Jornalismo esportivo(4,8%), Entretenimento (4,8%), Saúde (4,8%) e e Artes (4,8%). Como observamos, os podcasts originais de cunho Documental (47,6%) é o que apresenta maior concentração de produção, quase a metade do total identificado nessa plataforma.

Gráfico 1 - Categorias no Globoplay

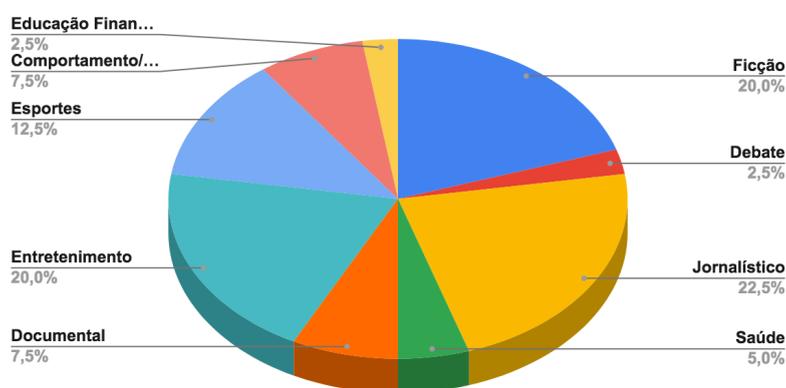


Fonte: elaboração nossa

Nas produções originais acima, mesmo sendo documental, elas possuíam o viés mais jornalístico, tendo como base casos que ficaram em conhecimento nacional; como exemplo, o podcast "Flordelis Questiona ou Adora", que conta o caso da morte do pastor Anderson do Carmo, cometido pela sua esposa, Flordelis. Após dois anos do ocorrido, a GloboPlay fez um podcast documental sobre o assunto. Pode-se inferir duas

características presentes nessa modalidade: temporalidade e portabilidade. No primeiro caso, a produção não foi feita com o objetivo de notícias *hard news*. Houve a preocupação de aprofundar mais no assunto, e mostrar diversas possibilidades do acontecimento. No segundo caso, a produção feita em podcast permitiu que os usuários ouvissem sobre o assunto, em qualquer lugar e sem precisar estar conectado à uma TV.

Gráfico 2 - Categorias no Spotify



Fonte: elaboração nossa

Para as produções do Spotify há uma maior diversificação nas categorias, abrangendo cerca de 9 modalidades (gráfico 2), que se divide em: Jornalístico (22%); Ficção (20%); Esportes (12,5%); Entretenimento (20%); Comportamento (7,5%); Documental (7,5); Saúde (5%); Educação Financeira (2,5%); e Debate (2,5%).

Para a primeira categoria de destaque podemos observar os conteúdos jornalísticos, em que em meio à plataforma, tem buscado meios de se conectar com o público. Nesse sentido, o podcast engloba diversas características de acesso, e se torna um caminho viável para grandes empresas de notícias. Como por exemplo os podcasts originais “Café da manhã”, e “123 segundo” e “Trago boas notícias” (figura 1). Verificamos podcasts já consolidados no meio jornalístico entre os usuários, o qual muitas vezes não tem tempo de se atualizar vendo um conteúdo que antes só passava na TV ou rádio.

Figura 1 - Podcasts jornalísticos originais Spotify:



Foto: Captura de tela/Spotify.

Os autores Granadeiro e Musse (2020), mencionam que há um interesse do formato pela diversidade temática e o grande número de conteúdos principalmente jornalísticos. Dentre os podcasts originais do gênero ficção (formato narrativo), destaca-se: "Paciente 63"; "França e o labirinto"; "Batman Despertar"; e "Prato Frio".

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

As plataformas de *streaming* em áudio se configuram como um novo momento da história da mídia sonora, em que produtoras de conteúdos, como Globoplay e Spotify se debruçam em diversas categorias e se preocupam em estabelecer um panorama de temas distintos. Observamos que a reverberação é fruto também da transmissão para redes sociais, como Instagram e Facebook, levando a usuários distintos a complexidade de diversos conteúdos e nichos.

Há diferentes categorias. Poucas são predominantes na produção, como verificamos para os casos de documentários e ficção (Globoplay) e jornalísticos, ficção e entretenimento (Spotify). Logo, a busca é alcançar públicos variados no cardápio das séries originais dessas plataformas. Esse artigo, como parte de uma pesquisa maior, ainda pretende avançar em artigos posteriores sobre a análise dos conteúdos dos podcasts e as dimensões das produções como os aspectos de inovação, de imersão, de narrativas. Para tal, a exploração das categorias visava mapear e caracterizar esses podcasts originais das duas plataformas como objeto de estudo. Logo, posteriormente serão explorados os aspectos centrais das produções, o que demanda o trabalho de aprofundamento das categorias elencadas nessa fase da investigação.

REFERÊNCIAS

AVELAR, K; PRATA, N; MARTINS, H.C. *Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*. V.1, p.1-17, 2018.

BUFARAH JUNIOR, Alvaro. **O streaming e a mudança na forma do consumo de mídia no século XXI**. XIII Encontro Nacional de História da Mídia, v.1, p.1-10, 2021.

CAMPOS, D.K.F; ANJOS, J.O; SANTOS, Y.A; MUSSE, M.F. O uso de recursos de storytelling no podcast Praia dos Ossos. **Associação Brasileira da História da Mídia**. V.1, p.1-15, 2021.

GRANADEIRO, Elizângela; MUSSE, Christina. **As pesquisas sobre podcast em anais do Intercom Nacional**, SBPJor e Alcar Nacional. São Paulo: Intercom, 2020. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2020>. Acesso em: jan/2024.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KALSING, Janaina. **Jornalistas metrificados e a plataformização do jornalismo**. (Tese de Doutorado - Universidade Federal do Rio Grande do Sul). 2021.

REIS, A. I. O áudio invisível: uma análise ao podcast dos jornais portugueses. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**, [S. l.], v. 5, n. 1, p. 209–, 2018. DOI: 10.21814/rlec.301. Disponível em: <https://rlec.pt/index.php/rlec/article/view/1884>

POELL, Tomas; NIEBORG, David; DIJCK, Van José. “Plataformização.” **Fronteiras Estudos Midiáticos**, vol. 22, não. 1, 4 de abril de 2020, <https://doi.org/10.4013/fem.2020.221.01>.

VAN DIJCK, José. (2019). **A Sociedade da Plataforma**: entrevista com José van Dijck. Disponível em <https://digilabour.com>