

Podcasts jornalísticos no rádio público brasileiro: oferta de qualidade, mas com circulação limitada

Journalistic podcasts on Brazilian public radio: quality offer, but with limited circulation

  **Marcelo Kischinhevsky**

School of Communication
Federal University of Rio de Janeiro
Rio de Janeiro, Brazil

 **Isabela Vieira**

School of Communication
Federal University of Rio de Janeiro
Rio de Janeiro, Brazil

 **Akemi Nitahara**

Institute of Arts and Social
Communication
Federal University of Rio de Janeiro
Rio de Janeiro, Brazil

Resumo

O presente artigo mapeia a oferta de podcasts jornalísticos pela Radioagência Nacional, vinculada à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), buscando identificar suas condições de produção e circulação. Diferentemente de outros países, em que serviços públicos de mídia tiveram papel decisivo na consolidação do formato, ao longo das últimas duas décadas, no Brasil, a EBC só começou a investir em áudio sob demanda em 2023. Levantamento realizado junto ao catálogo da Radioagência Nacional identificou apenas 12 podcasts lançados entre fevereiro de 2023 e junho de 2025. Embora seja uma produção qualificada, que aborda temas como direitos humanos, democracia, história da mídia, saúde e sustentabilidade, sofre com a falta de investimentos e é invisibilizada na plataforma da radioagência, estando ainda ausente do aplicativo de áudio Rádios EBC. A partir de entrevistas semiestruturadas com dois funcionários da empresa, o texto conclui que o podcasting jornalístico na EBC é fruto de iniciativa articulada de jornalistas empregados no setor, mas não integra uma estratégia de consolidação da presença do áudio produzido em plataformas digitais, que potencializam o consumo de mídia em diferentes suportes e temporalidades.

Palavras-chave: podcasting; rádio; Empresa Brasil de Comunicação (EBC); radioagência nacional; serviço público de mídia.

Abstract

This article maps the journalistic podcast offer produced by Radioagência Nacional, which is affiliated at the Empresa Brasil de Comunicação (EBC). The aim is to identify the conditions under which these podcasts are produced and circulate. Unlike other countries, where public media services have played a decisive role in the consolidation of podcasting over the past two decades, in Brazil the EBC only began investing in on-demand audio in 2023. A survey of the Radioagência Nacional's catalog identified only 12 podcasts launched between February 2023 and June 2025. Although the content is of high quality and addresses topics of public interest such as human rights, democracy, media history and sustainability, it suffers from a lack of investment and remains largely invisible on the radio news agency platform. Moreover, it is absent from the EBC Radios audio application. Departing from semi-structured interviews with two employees, the article concludes that podcasting at EBC is the result of coordinated efforts by journalists employed by the public sector rather than being part of a broader strategy to consolidate the presence of audio content produced by the company on digital platforms, which expand media consumption across different formats and temporalities.

Keywords: podcasting; radio; Empresa Brasil De Comunicacao (EBC); national radio agency; public media service.

1. Introdução

Emissoras públicas foram responsáveis pela popularização do podcasting na América do Norte e na Europa, notadamente a rede estadunidense National Public Radio (NPR) e a British Broadcasting Corporation (BBC), do Reino Unido, como destaca o pesquisador italiano Tiziano Bonini (2020). A NPR foi criada na década de 1970 para fortalecer o intercâmbio de conteúdos entre emissoras públicas locais e hoje produz, compra e distribui programação para sua rede, tendo sido fundamental para a difusão da cultura do podcasting, nos anos iniciais – reflexo de sua expertise no rádio falado (*talk radio*) –, a partir de investimentos em experimentação e na produção independente¹.

O podcasting se expandiu nos EUA apoiado nas políticas da NPR, que no governo Barack Obama (2009-2017) passou a fomentar a produção independente em áudio, tornando-se massivo a partir do podcast *Serial*, de jornalismo investigativo, lançado em 2014. O show é um desdobramento do programa de rádio *This American Life*, de Ira Glass, no ar desde 1995 em uma parceria da NPR com a emissora WBEZ, da Chicago Public Media².

O pesquisador britânico Richard Berry (2015) destaca que a projeção de Glass garantiu cobertura midiática relevante para o lançamento, incluindo uma entrevista no popular *Tonight Show with Jimmy Fallon*, da rede de televisão aberta NBC.

“O rádio público, pelo menos o americano, desempenhou um papel fundamental na criação de um ecossistema no qual o podcasting pôde finalmente começar a florescer. *Serial* não foi apenas um dos maiores sucessos do rádio público narrativo, mas também representa um ponto de virada para a segunda era do podcasting: é o programa que fez esta tecnologia de distribuição se tornar *mainstream* e transformou-a num meio de massa” (Bonini, 2020, p. 25).

Para Bonini, a tecnologia foi indispensável para a circulação do produto, por meio dos smartphones, mas o componente humano foi o diferencial para a cultura do podcasting, a partir do “florescimento criativo” dos profissionais de rádio falado (*talk radio*), nos EUA, que elevaram o patamar desse tipo de produção.

O novo mercado é resultado de décadas de investimento do serviço público de mídia em formatos narrativos (documentários, contação de histórias), que são relativamente custosos de produzir – considerando investimentos em roteirização, design sonoro e outras características em desuso no rádio comercial – e se ressentem de um mercado publicitário ainda incipiente. “Tanto na América, quanto na Europa, o rádio público

¹ Em 2024, a NPR contava com 246 afiliadas, operando 1.024 estações de rádio, além de distribuir conteúdos para outras 112 emissoras. Empregava diretamente 1.028 pessoas, com 17 escritórios pelo país e 14 internacionais. A NPR se define como uma organização multimídia, sem fins lucrativos, líder no fornecimento de notícias, informações e programação para o público americano, com presença crescente no mundo digital e estimativa de 43 milhões de ouvintes semanais, considerando ondas hertzianas, redes sociais, eventos ao vivo, aplicativos e podcasts. Disponível em: https://media.npr.org/documents/about/press/NPR_Fact_Sheet.pdf. Acesso: 04/07/2024.

² Em 22 de julho de 2020, *Serial* acumulava 625 milhões de downloads de suas três temporadas lançadas até então. Sua produtora seria adquirida naquela data pelo jornal *The New York Times*, que já investia em podcasts jornalísticos, incluindo o informativo *The Daily*, um dos mais ouvidos nos EUA. Ver “The New York Times Company Acquires Serial Productions and Forms a Strategic Alliance with ‘This American Life’”, *BusinessWire*, 22 jul. 2020. Disponível em: <https://www.businesswire.com/news/home/20200722005975/en/The-New-York-Times-Company-Acquires-Serial-Productions-and-Forms-a-Strategic-Alliance-with-%E2%80%9CThis-American-Life%E2%80%9D>. Acesso: 06/06/2022. A quarta temporada de *Serial*, segundo reportagem de Sarah Bahr (2024), trouxe uma investigação jornalística de quase uma década sobre violações de direitos humanos e a vida dentro e fora da prisão de Guantánamo, conhecida por receber envolvidos com os atentados terroristas de 11 de setembro de 2001.

formou uma geração de produtores de formatos radiofônicos baseados na contação de histórias que, hoje em dia, vêm se afastando destas emissoras para investir em programas independentes”, assinala o pesquisador italiano, mencionando produtores como Roman Mars e programas radiofônicos narrativos como Radio Diaries e Radiolab (Bonini, 2020, p. 24).

A análise da adesão das emissoras de serviço público ao podcasting também foi feita pela pesquisadora australiana Simone Murray, em 2009, nos primórdios do movimento. Ela avaliou, na época, a estratégia do serviço público de se tornar “notável pioneiro” no segmento, “talvez, cansado da acusação de que as restrições orçamentárias o relegam a recuperar o atraso na mídia digital”³ (Murray, 2009, p. 2, tradução nossa).

Já em abril de 2004, a BBC iniciou experimentos em podcasting ao disponibilizar para download as Reith Lectures (programa de palestras), baixadas mais de 50 mil vezes em dez semanas, um recorde à época. Em outubro de 2004, esse experimento foi expandido para outras atrações, como In Our Time, um programa de história, e o matinal Today, de entrevistas, ambos da Radio 4 (Bonini, 2020, p. 21). Em 2005, programas da Rádio 4 começaram a ser oferecidos para download (Murray, 2009, p. 2). Em 2006, a oferta foi ampliada para 50 programas. Já em 2013, a emissora de serviço público britânica tinha 263 podcasts disponíveis, de um total de 977 programas.

Também no Norte global, a Canadian Broadcast Corporation (CBC) tem uma história inusitada no desenvolvimento do podcasting. O incentivo para a adoção da modalidade partiu de uma greve de jornalistas da empresa, entre agosto e setembro de 2005, quando o movimento produziu boletins diários de notícias neste formato, incentivando sua posterior adoção.

“Nas palavras de um dos líderes da greve da CBC, Mark O’Neill, ‘esta disputa trabalhista pode ser o primeiro exemplo de jornalistas de radiodifusão sendo capazes de produzir o próprio conteúdo, graças ao baixo custo dos equipamentos para produzir notícias, assim como da internet como um meio de distribuição’” (Fried, 2005, apud Murray, 2009, p. 3, tradução nossa)⁴.

Na Austrália, em maio de 2005, oito dos principais programas de entrevistas da Australian Broadcasting Corporation (ABC) estavam disponíveis para download. A forte resposta do público, considerado mais velho e pouco familiarizado com a tecnologia, surpreendeu a emissora, que passou a promover o podcasting no país (Murray, 2009, p. 3).

O podcasting, contudo, coloca uma série de desafios ao rádio tradicional, visto que, como aponta Sullivan (2024), já nasce como plataforma digital, oferecendo novas dinâmicas de circulação e consumo. A plataformação⁵ da mídia sonora, no contexto do rádio expandido (Kischinhevsky, 2016), tem alterado hábitos de escuta, abrindo

³ No original: “Perhaps weary of the charge that public service broadcasters stricter budget constraints relegate them to playing catch-up in the realm of digital media, public broadcasters internationally have been notable early adopters of audio podcasting technology.”

⁴ No original: “In the phrasing of one of the CBC strike leaders, Mark O’Neill, ‘this labor [sic] dispute could be the first example of broadcast journalists being able to produce their own content, thanks to the lowered cost of the gear needed to produce reports as well as the Internet as a distribution means’ (Fried, 2005).”

⁵ Poell, Nieborg e Van Dijck compreendem a plataformação como “penetração de infraestrutura, processos econômicos e estruturas governamentais de plataformas digitais em diferentes setores econômicos e esferas da vida, bem como a reorganização de práticas culturais e do imaginário em torno dessas plataformas” (2019, p. 1).

novas oportunidades para o serviço público. Pinheiro e Del Bianco (2022, p. 68), ao analisarem o rádio brasileiro nesse contexto, citam a possibilidade de as plataformas incorporarem uma série de funcionalidades multimídia, além de ampliarem o compartilhamento e a interatividade do público com produtos culturais, não apenas nos comentários, mas como forma de inovar, de identificar novas possibilidades para o rádio, ainda que este mercado seja absolutamente desregulado e marcado pela opacidade dos algoritmos que promovem ou invisibilizam conteúdos nas plataformas, os novos grandes intermediários digitais.

No Brasil, no entanto, o rádio público foi ausente no desenvolvimento do podcasting, que teve suas primeiras produções no país caracterizadas pelo foco em tecnologia e pela linguagem de audioblogs, sem qualquer edição (Viana & Chagas, 2024). O mercado nacional começou a se aquecer somente a partir de 2018, quando grandes empresas de mídia entraram no negócio, a exemplo do jornal *Folha de S.Paulo* e da revista *Piauí*, com os podcasts O Presidente da Semana e Foro de Teresina, e, em 2019, o Grupo Globo, com O Assunto. Apesar dessa lenta popularização, os podcasts narrativos vêm se consolidando em um cenário “vigoroso” (Vicente, 2024, p. 14), com um significativo número de produções sendo desenvolvidas a partir de 2022.

O Grupo Globo, maior conglomerado de mídia do Brasil e da América Latina, de controle familiar, tem destaque no segmento (Kischinhevsky, 2024). A empresa controla a TV Globo, a mais importante emissora de TV aberta do país, além de explorar TV por assinatura, rádio, *streaming* de áudio e vídeo, jornais, revistas e portais informativos. Os podcasts narrativos de não ficção produzidos pela empresa são disponibilizados por meio de plataforma própria, a Globoplay. Mas, ao contrário das séries de vídeo, os conteúdos originais podem ser acessados gratuitamente e estão também disponíveis em outras plataformas.

No cenário nacional, Kischinhevsky (2024) e Vicente (2024) também citam como grandes protagonistas na produção de podcasts narrativos de não ficção produtoras independentes como Rádio Novelo, que começou, em 2019, produzindo para a revista *Piauí*. No país, muitos destacados realizadores são independentes, empresas ligadas ao jornalismo independente, organizações da sociedade civil e coletivos de jornalistas periféricos, cujos programas estão entre os mais ouvidos.

Vicente (2024) identifica uma expressiva e qualificada produção do jornalismo narrativo no podcasting brasileiro. No entanto, pondera que há risco de silenciamento de pautas cruciais para o país, diante da concentração do mercado. Temas como crise climática, responsabilidade ambiental, avanço do agronegócio, que são mais frequentemente abordados por um leque restrito de produtoras independentes, talvez por afastarem potenciais patrocinadores, podem ser invisibilizados, num contexto de opacidade dos algoritmos das plataformas. A ênfase em podcasts de *true crime*, especialmente por parte de grandes produtoras, na visão do autor, demonstra a prevalência de tendências de mercado, mais do que demandas sociais do público, mesmo quando há discussão sobre os sistemas judiciário e policial.

O direcionamento do podcasting para temas de maior demanda por parte de patrocinadores e plataformas prejudica a oferta de conteúdos plurais e diversos, fundamentais para a composição de um ambiente midiático saudável. “As narrativas midiáticas trazem valores, visões de mundo, que podem ter profundo impacto em nossos processos de subjetivação, de nossa formação como sujeitos” (Kischinhevsky, 2024, p. 91).

Nesse sentido, assume-se que a mídia pública tem um papel crucial. Tanto por assumir sua função complementar no sistema de comunicação brasileiro, provendo conteúdo de serviço público, pautado na cidadania e na democracia, previsto na Constituição Federal (Brasil, 1988), quanto a missão de assegurar que vozes plurais e a diversidade, em todas as suas dimensões, estarão na mídia, sem diminuir a necessidade de investimentos e regulação do mercado para garantir a atuação de pequenos realizadores. Como destaca Bonini:

“[...] podcasting não é apenas uma forma cultural moldada por redes de diferentes atores, *mas todo um ecossistema de mídia híbrido criado por redes de atores concorrentes e moldado por relações de poder assimétricas entre empresas de transmissão e mídia antigas, empresas de tecnologia emergentes e produtores independentes*, ou, de forma mais simples, um conjunto sociotécnico complexo [...] de diferentes mídias, formas culturais e redes de atores” (Bonini, 2022, p. 27, tradução nossa, grifos no original)⁶.

Considerando a importância do serviço público no desenvolvimento do podcasting, este artigo enfoca o (tardio) investimento da Empresa Brasil de Comunicação (EBC), criada para organizar o sistema público de radiodifusão no Brasil, no segmento de áudio sob demanda. Levantamento exploratório realizado no site da Radioagência Nacional, vinculada à EBC, revela que só a partir de 2023 a empresa pública passa a oferecer podcasts. No período estudado, de fevereiro de 2023 a junho de 2025, foram lançados apenas 12 podcasts, com 79 episódios ao todo. As informações foram complementadas e contextualizadas com entrevistas semiestruturadas realizadas com a então coordenadora da Radioagência, Beatriz Arcoverde, e com um dos criadores do primeiro podcast da empresa, o jornalista Leyberson Pedrosa.

Entendemos que a falta de ênfase na produção e oferta de podcasts pela EBC se deve a políticas públicas erráticas que emperram a institucionalização da comunicação pública no país, como veremos na próxima seção.

2. Serviço público de mídia no Brasil

No Brasil, o serviço público de mídia é estabelecido pela Constituição Federal de 1988. O Artigo 223 divide o sistema de radiodifusão nacional em três: o público, o privado e o estatal, de forma complementar, refletindo esforço da sociedade civil para separar o público do estatal, apesar das ambiguidades geradas pelos conceitos, que, na visão de alguns pesquisadores, deveriam ser coincidentes (Bucci, 2015). À época, a intenção era impedir ingerências de governos sobre o modelo público, depois da experiência de mais de 20 anos de censura instalada nas redações pelo regime militar (1964-1984), assim como garantir transparência e participação da sociedade civil no novo sistema de radiodifusão.

No mundo, para assegurar o direito humano à comunicação, os Estados são compelidos a ampliar a diversidade dos meios de comunicação, com o objetivo de aumentar a disponibilidade de conteúdos de interesse público e

⁶ No original: “[...] podcasting is not just a cultural form shaped by networks of different actor, *but a whole hybrid media ecosystem made by competing networks of actors and shaped by asymmetrical power relations between legacy broadcast and media companies, emerging tech companies and independent producers*, or, put more simply, a new complex socio-technical assemblage, or ensemble [...], of different media, cultural forms and networks of actors.”

que não sejam necessariamente aqueles oferecidos pela mídia comercial. Neste sentido, a radiodifusão de serviço público vem sendo uma escolha dominante (Mendel, 2011, p. 103), com modelos distintos entre os diversos países. Como forma de apoiar a radiodifusão pública, a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) orienta para princípios comuns, tais como a independência editorial e financeira dos governos; autonomia dos órgãos de governança; pluralidade, diversidade e imparcialidade da programação; claro mandato de serviço público; prestação de contas e transparência (Unesco, 2001).

“Em sua melhor forma, as emissoras de serviço público garantem o fornecimento de notícias confiáveis, promovendo sentido de inclusão e cidadania, valores democráticos, programação educacional, e de informação servindo às necessidades de minorias e outros grupos de interesse especializados, elas também desempenham papel central em manter padrões de qualidade, um papel que afeta a própria programação, mas que também tem impacto sobre o setor como um todo.” (Mendel, 2011, p. 103)

Essas orientações estão presentes nos documentos legais de criação da Empresa Brasil de Comunicação. A EBC nasce tardiamente, quase 20 anos depois da Constituição, por meio da Medida Provisória 398, em 2007, transformada posteriormente na Lei 11.652 (Brasil, 2008). A América Latina vivia, naquele momento, a ascensão de líderes populares ligados ao campo progressista e havia um ambiente político disposto a rever uma situação de desequilíbrio informativo e cultural histórico na região, segundo Esch, Del Bianco e Moreira (2013). Muitos desses governantes, então, iniciam a reorganização de canais educativos ou estatais, aproximando-os de preceitos de serviço público.

Assim, a EBC se estrutura a partir do estabelecimento de princípios e finalidades para a radiodifusão pública no país. A legislação estabeleceu também um tributo (a Contribuição para o Fomento da Radiodifusão Pública, recolhida pelas empresas de telecomunicações) para assegurar autonomia financeira à nova empresa independente do orçamento estatal, um mandato para o presidente exercer a gestão com independência, participação da sociedade por meio de um Conselho Curador e bases para a formação de uma rede nacional de rádio e de televisão.

Na origem da empresa, está a junção de veículos e serviços prestados pela antiga Radiobrás⁷ às estruturas da Associação de Comunicação Educativa Roquette-Pinto (Acerp), mantenedora da Rádio MEC⁸, descendente da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, de Edgard Roquette-Pinto, considerada a primeira emissora pública do país (Zuculoto, 2012; Nitahara, 2023). Em 2025, como parte do braço público, a EBC administra duas agências de notícias (Agência Brasil e Radioagência Nacional), a TV Brasil e uma dezena de emissoras de rádio: Nacional do Rio de Janeiro (AM e FM estendida), Nacional de Brasília (AM e FM), Nacional de São Paulo (FM estendida), Nacional de São Luís (FM), Nacional da Amazônia (Ondas Curtas), Nacional do Alto Solimões (AM e FM) e MEC AM e FM, do Rio de Janeiro. Com 1.874 empregados (Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos,

⁷ A Radiobrás foi criada em 1973 pelo governo militar para prestar serviço de radiodifusão e comunicação social ao governo federal. A empresa gerenciou emissoras e veículos estatais, como Rádio Nacional, TV Nacional e Agência Nacional, até a criação da EBC, em 2007, orientada para fazer comunicação pública.

⁸ A doação da Rádio Sociedade ao Ministério da Educação e Saúde (MES) ocorreu em 1936. Posteriormente, a emissora passou a se chamar Rádio MEC, numa referência à mudança de nome da pasta para Educação e Cultura.

2024), a EBC é responsável pela Rede Nacional de Comunicação Pública (RNCP) de Rádio e TV, que conta com centenas de entes públicos (a maioria) e privados.

Uma série de eventos, no entanto, alteraram profundamente a estrutura da empresa nos últimos 10 anos, esvaziando o escopo legal e tornando-a uma frágil estrutura diante de cada governo de turno (Nitahara & Carvalho, 2022). A partir do *impeachment* da presidenta Dilma Rousseff em 2016 e da posse do vice, Michel Temer, a empresa enfrentou a destituição de seu presidente e a cassação de seu Conselho Curador, que garantia a participação da sociedade civil nas decisões estratégicas; depois, intervenções na Ouvidoria acabaram com medidas de transparência e resultaram em tentativas de censura e intervenção editorial do governo na EBC, de acordo com a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj, 2022). Até 2025, a Ouvidoria não tinha recuperado o papel de ombudsman previsto na Lei da EBC e seu papel era reduzido à tabulação de dados sobre manifestações do público.

O governo seguinte, de Jair Bolsonaro, acentuou o desmonte ao juntar as emissoras NBR (atual Canal Gov), que transmitia atos e notícias de interesse governamental, com a TV Brasil, emissora pública. Na gestão dele, foi ao ar transmissão de reunião com embaixadores, em julho de 2022, para apresentar denúncias falsas contra as urnas eletrônicas e a Justiça Eleitoral. O episódio desaguou na Justiça, que tornou o mandatário inelegível⁹ por abuso de poder político e uso indevido dos meios de comunicação. Na gestão de Bolsonaro, houve ainda ameaças de desligar as Rádios MEC AM e a Rádio Nacional do Rio de Janeiro (Moura, 2019), contidas por mobilização da sociedade civil (Alerj..., 2022). Por fim, a EBC foi incluída no Plano Nacional de Desestatização. Neste período, o orçamento da estatal também diminuiu, com uma queda acentuada em 2019 (Pieranti, 2020, p. 11), primeiro ano da gestão Bolsonaro. Essas ações feriram a radiodifusão pública em seus primeiros dez anos (Nitahara & Carvalho, 2022) e só foram parcialmente revertidas com a volta do presidente Luiz Inácio Lula da Silva ao poder, em seu terceiro mandato, em 2023. Com o novo governo, a EBC foi retirada da fila de privatização e os canais voltaram a ser separados, embora com prejuízos para a parte pública.

“A prometida separação entre o público e o governamental aconteceu apenas em julho, com a estreia do Canal Gov, separado da TV Brasil, e da Agência Gov, também dentro da EBC. Isso foi feito às custas da parte pública – ainda mais desfalcada –, sendo que esta continua à mercê de decisões de governo e cedendo funcionários para a parte governamental”, afirma Rita Freire no blogue Ouvidoria Cidadã (2023).

Em julho de 2025, a participação social foi parcialmente restaurada com a instalação de dois novos órgãos: o Comitê Editorial e de Programação (COMEP) e o Comitê de Participação Social, Diversidade e Inclusão (CPADI).

Diante deste breve histórico da radiodifusão pública no Brasil, marcado por idas e vindas, observamos que a EBC foi criada depois do surgimento do podcasting e, historicamente, enfrentou instabilidades institucionais e financeiras. Por outro lado, herdou um vasto potencial ao contar, em seus quadros, com profissionais com longa trajetória no rádio, oriundos das pioneiras Rádio MEC e Rádio Nacional, que, por anos, foram referência para o rádio educativo-cultural e também para o comercial (Zuculoto, 2012; Del Bianco, Klöckner & Ferraretto, 2017).

⁹ Disponível em: <https://www.tse.jus.br/comunicacao/noticias/2023/Junho/por-maioria-de-votos-tse-declara-bolsonaro-inelegivel-por-8-anos>. Acesso: 20/07/2024.

Mesmo com a perda de importância das emissoras desde o fim da ditadura militar – que usou as rádios estatais como estratégia de persuasão (Zuculoto, 2012; Nitahara, 2023) –, a Nacional e a MEC continuaram a veicular programas de alta qualidade (idem, 2012, 2017).

Cabe destacar ainda que, a partir da gestão do jornalista Eugênio Bucci, à frente da Radiobrás, em 2003, antes do desmonte, a Rádio Nacional foi reorientada para ser uma rádio informativa, e que nos anos seguintes foi reconhecida com importantes prêmios de jornalismo¹⁰, como o Tim Lopes, o Imprensa Embratel/Claro, o Vladimir Herzog e o Jornalista Abdias do Nascimento.

À frente da estatal, o professor e pesquisador da Universidade de São Paulo (USP) defendeu a ideia da comunicação de serviço público a partir da compreensão do direito humano à comunicação¹¹ e o sistema de radiodifusão estatal como um sistema público por se tratar da prestação de serviço pelo Estado. Para reorientar a linha editorial da Rádio Nacional e dos demais veículos jornalísticos da EBC, a empresa produziu, antes do *impeachment* de Rousseff, dois manuais de jornalismo, um ainda na época da Radiobrás, sendo o mais recente em 2013¹², já como EBC. O documento está em linha com a defesa do jornalismo como um dos diferenciais da mídia pública e traz, entre os anexos, a Declaração Universal dos Direitos Humanos e a Declaração da Unesco sobre as mídias.

“A necessidade de oferecer notícias e atualidades capazes de transmitir um conjunto confiável de informações nas quais os cidadãos possam se basear para tomar decisões diárias, desde questões políticas – como a escolha dos candidatos nas eleições – até as questões mais corriqueiras – como o planejamento de um programa de lazer em família – é algo essencial para a cidadania e a dignidade básicas.” (Mendel, 2011, p. 94-95)

Apesar dos desafios para restituição do caráter público da empresa, a produção de conteúdo teve respaldo, a partir de 2023, em uma nova orientação editorial. E foram retomados projetos engavetados nas gestões anteriores. Entre eles, podcasts jornalísticos, como podemos inferir das entrevistas com os jornalistas Beatriz Arcoverde e Leyberson Pedrosa. Empregados da EBC, a primeira chefiou o setor que iniciou a atuação no segmento de podcasting, e o segundo é o responsável pelos primeiros projetos, além de apresentar o primeiro podcast jornalístico narrativo da empresa, sobre pessoas com doenças raras, como falaremos à frente.

Beatriz Arcoverde assumiu a Gerência da Radioagência Nacional, veículo dedicado à produção e distribuição de conteúdo radiofônico no formato digital, em 2023. A jornalista tem 33 anos de atuação profissional no rádio, dos quais 21 na EBC, com passagens pela Rádio Nacional como repórter e editora. Antes de gerenciar a Radioagência, desde 2017, ela integrava a equipe de mídia digital da EBC, dedicada à realização de conteúdo transmídia. Já naquela época, a equipe discutia a realização de podcasts. “Em 2017, eu fui para o setor web [*Portal EBC*] e, naquele momento, já havia uma demanda para os podcasts. Mas a gente sempre teve essas

¹⁰ Disponível em: www.ebc.com.br/sobre-a-ebc/premios-0. Acesso: 04/07/2024.

¹¹ O direito humano à comunicação é uma formulação recente na história do Direito. Tal conceito foi expresso pela primeira vez em 1969 e, na década de 1970, passou a ser discutido no âmbito da Unesco. Desde 2000, vem ganhando ressonância. Primeiro na União Europeia – onde o Parlamento Europeu aprovou em 2008 limites à publicidade e padrões mínimos de veiculação de conteúdo independente, regional e acessível –, e em seguida na América Latina, onde marcos regulatórios foram aprovados na Argentina (2009), na Venezuela (2010), no Equador (2013) e no Uruguai (2013).

¹² Disponível em: https://www.ebc.com.br/sites/institucional/files/manual_de_jornalismo_ebc.pdf. Acesso: 17/07/2024.

propostas negadas, foram várias propostas diferentes, mas a gente não conseguiu sensibilizar os gestores da necessidade dos podcasts”, conta B. Arcoverde (comunicação pessoal, 22 de setembro de 2024).

Do mesmo setor à época, o jornalista Leyberson Pedrosa foi um dos que propuseram iniciar a produção em podcasting. Em 2018, ele sugeriu, por meio de um projeto, a elaboração de um boletim de notícias de três minutos para distribuição diária, por meio de dispositivos como Android Auto, CarPlay, Google Home, Amazon Alexa, listas de WhatsApp e site da EBC. O *NacionalCast* seria produzido com notícias produzidas pelo radiojornalismo, e publicado sempre às 23h. Aos fins de semana, o podcast da semana teria 5 minutos. No entanto, a ideia não saiu do papel. Menos de um ano depois, ele lembra que o jornal *Folha de S.Paulo* lançou o Café da Manhã, em parceria com o Spotify, que, além de reunir notícias em boletim simples, também se propunha a aprofundar um dos temas do dia. “Me disseram que não tinha ninguém para decidir [*a viabilidade*]. Engavetaram”, diz L. Pedrosa (comunicação pessoal, 16 de maio de 2025).

Constata-se, portanto, que havia uma experiência acumulada entre os profissionais das emissoras de rádio da EBC, de origem educativa ou estatal, acostumados com participações ao vivo, reportagens, radiodocumentários e outros formatos de programas radiofônicos jornalísticos que, no entanto, não foram reorientados para o podcasting até 2023.

3. O podcasting e a estratégia digital das emissoras públicas

O início da produção de podcasts jornalísticos pela EBC coincide com o começo do terceiro mandato do presidente Lula. A primeira produção publicada pela Radioagência Nacional, em fevereiro de 2023, é “Histórias Raras”. O jornalista Leyberson Pedrosa, que é pesquisador da Universidade de Brasília, com doutorado em Comunicação, emplacou o primeiro projeto de podcast jornalístico ao lado de Patrícia Serrão, narrando as vivências de pessoas com doenças raras. O projeto recebeu a devida atenção da EBC, naquele momento dirigida pela jornalista Kariane Costa, também jornalista de carreira. Como explica B. Arcoverde (comunicação pessoal, 24 de abril de 2025):

O História Raras é o primeiro podcast preparado pelo jornalismo público da EBC no início de 2023. [...] A partir daí, a gente começa uma produção. Ele foi feito do jeito que a gente gostaria de fazer todos. Ele foi feito como uma produção especial, tem as fotos dos entrevistados, ele foi publicado em Libras [*Língua Brasileira de Sinais*], no YouTube, imediatamente após o lançamento, temos a gravação dos episódios, foram vários processos. Hoje, não temos mais uma página para a publicação desses podcasts. Eles são publicados dentro da página da Radioagência, temos uma dificuldade de adicionar Libras e, para vencer isso, normalmente, publicamos na Radioagência, no Spotify e aguardamos a edição para publicar no YouTube.

A série abriu portas para os demais podcasts jornalísticos da EBC, em geral, conteúdos narrativos de não ficção, elaborados juntamente com integrantes das equipes de radiojornalismo ou do jornalismo digital, lotados no site de notícias Agência Brasil.

Ao elaborar este trabalho, buscamos identificar quantas séries jornalísticas tinham sido produzidas até 28 de junho de 2025. Uma listagem está disponibilizada por meio do *banner* “Podcasts Radioagência Nacional” na lateral direita do site da agência. O mais recente identificado, até a conclusão deste artigo, data de 28 de junho de 2025 e integra o selo Crianças Sabidas, que produz jornalismo voltado para o público infantil e divide as publicações em episódios ou séries temáticas. Essa última série, especificamente, foi baseada na publicação imediatamente anterior, Trilhas Amazônicas, dedicada a discutir desafios e soluções sustentáveis para o bioma amazônico no ano de realização da COP30, a Conferência do Clima da ONU, em Belém, no Pará.

Neste artigo, privilegiamos a análise a partir dos conteúdos disponíveis no site da Radioagência, com acesso gratuito e livre de publicidade, por este conferir caráter de universalidade, outro princípio dos serviços públicos de mídia (Mendel, 2011, p. 6). Descartamos a análise nas plataformas comerciais de streaming porque as séries não estão completas em tocadores como o Spotify. Além disso, cabe ponderar que a audiência e a visibilidade de podcasts destas plataformas são condicionadas pelos algoritmos (Pinheiro & Del Bianco, 2022, p. 62), que atuam como *gatekeepers* contemporâneos (Sullivan, 2024, p. 22).

De fevereiro de 2023 até junho de 2025 foram publicados 12 podcasts jornalísticos, que podem ser baixados e ouvidos no *site* da Radioagência Nacional¹³, hospedado no portal da Agência Brasil. Também encontramos na lista dois produtos que podemos enquadrar como colunas de serviço, com publicação semanal e, portanto, não entraram na nossa análise: Ajudante Digital, com dicas sobre tecnologias; e Vide Bula, que traz informações sobre saúde e direitos.

Antes de chegar aos podcasts “nativos digitais”, constatamos que não há uma página na internet sob o domínio ebc.com.br que reúna o conteúdo elaborado em formato de podcast, jornalístico ou não. Tampouco, o site da EBC indica ao usuário onde encontrar esses conteúdos. No app Rádios EBC, os podcasts não estão disponíveis. Já na página principal das Rádios EBC¹⁴, do lado direito, há uma chamada para podcasts que divulgam versões de programas que foram ao ar em antena, disponíveis para *download*. Entre eles, o infanto-juvenil Perguntar e Pensar, uma produção independente veiculada nos intervalos da programação; o Viva Maria, precursor de programas feministas em rádio; além dos boletins esportivos O Mundo da Bola e Futebol é Nacional. Todas as rádios da empresa têm suas páginas *online* hospedadas dentro do portal das rádios da EBC, ainda que boa parte delas, no caso, cinco emissoras, essencialmente retransmitam a programação da Rádio Nacional de Brasília, em cadeia. A Rádio MEC AM e a MEC FM transmitem em rede também, em determinados horários, a mesma programação. Nessas páginas, o usuário acessa somente os conteúdos que vão ao ar no *dial* e são disponibilizados no ambiente digital.

Os podcasts jornalísticos só estão disponíveis na página da Radioagência Nacional, “escondidos” dentro do site da Agência Brasil (ABr). Neste, também não há uma chamada convidando o usuário a acessá-los, apenas *banners* gerais para os demais veículos da EBC, incluindo a Radioagência. Para chegar lá, há um menu superior na página da ABr com links para os sites da Radioagência, da Rádio MEC, da Rádio Nacional, da TV Brasil, da Carta de Serviços e do Portal da Transparência. Na página da Radioagência, encontramos, por meio de um *banner*

¹³ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/podcasts-radioagencia-nacional>. Acesso: 28/06/2025.

¹⁴ Disponível em: <https://radios.ebc.com.br/>. Acesso: 28/06/2025.

destacado na lateral direita, ao rolar a página inicial, a reunião de todos os podcasts nativos. Ao clicar no quadro, aparecem 79 conteúdos, além das colunas mencionadas.

Os podcasts são ofertados em ordem de publicação por data, sem separação entre cada produção. Apresentam um botão para *download* imediato, facilitando a escuta assíncrona em outros dispositivos. Ao clicar em cada manchete, uma nova página se abre com um *player* para escuta *online*. Há nela uma parte do roteiro e outra lista, ao final, com todos os episódios da série. Continuando na página, estão o roteiro, na íntegra, e, em alguns casos, links para assistir ao conteúdo em Libras no YouTube, além dos créditos, proporcionando algum nível de acessibilidade. Em algumas séries, como em Histórias Raras, há mais detalhes das produções. Este podcast oferece ainda links específicos para documentos citados no roteiro, orientações para republicação por outros veículos, além de informações para pessoas que buscam um diagnóstico.

Essas informações também estão nos áudios e se aproximam da abordagem reconhecida como metajornalismo, quando a prática jornalística e o jornalista se tornam presentes no enredo, evidenciando bastidores como estratégia imersiva dos podcasts.

Quadro 1: Resumo dos podcasts produzidos pela Radioagência Nacional

Título	Ano	Episódios	Breve descrição	Locução	Link
Histórias Raras	2023 e 2024	3 temporadas, 12 episódios	Apresenta histórias de pessoas que convivem com doenças raras.	feminina e masculina	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/historias-raras
Sala de Vacina	2023	5 episódios	Traz a história dos 50 anos do Programa Nacional de Vacinação (PNI).	Feminine	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/sala-de-vacina
190 anos da Imprensa Negra no Brasil	2023	5 episódios	Comemora os 190 anos da imprensa negra no Brasil, marcados pelo lançamento do jornal <i>O Mulato ou O Homem de Cor</i> . Apresenta veículos do passado e do presente. Adaptação de produção da Agência Brasil.	Masculine	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/imprensa-negra-no-brasil
Crianças Sabidas	2023, 2024 e 2025	3 episódios avulsos e 4 séries temáticas, com 2 a 5 episódios. Total de 18 episódios	Selo jornalístico para o público infantil. Explica grandes temas para crianças, como os 75 anos da Declaração Universal dos Direitos Humanos; 60 anos do golpe militar de 1964, eleições e o G20.	feminina adulta, feminina infantil e masculina infantil	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/criancas-sabidas
Dos Griôs da África para as Periferias do Mundo: 50 Anos de Hip Hop	2023	7 episódios	Entrevistas com personalidades do movimento hip hop, adaptação de produção da Agência Brasil.	masculina	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/50-anos-de-hip-hop

Histórias em Pauta: Grades de Janeiro	2024	1 episódio	Conversa com o jornalista da Agência Brasil Alex Rodrigues, o 1º profissional de comunicação a registrar a depredação dentro do STF, na tentativa de golpe de Estado ocorrida em Brasília no dia 8 de janeiro de 2023.	masculina	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/politica/audio/2024-01/podcast-historias-em-pauta-grades-de-janeiro
Golpe de 64: Perdas e Danos	2024	7 episódios	Discute o projeto de nação interrompido pelo golpe militar que levou a 21 anos de ditadura civil-militar e os problemas sociais crônicos que afetavam o país. Há a promessa de uma segunda temporada.	feminina	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/golpe-64-perdas-e-danos
TRANSformando as Artes	2024	7 episódios	Entrevistas com artistas transgêneros e não-binárias, adaptação de produção da Agência Brasil.	feminina	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/transformando-artes
Grandes Invisíveis: Pessoas Gordas nas Enchentes	2024	3 episódios	Série sobre o drama das pessoas gordas que perderam suas roupas nas enchentes de 2024 no Rio Grande do Sul.	feminina	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/direitos-humanos/audio/2024-06/o-trabalho-voluntario-na-arrecadacao-e-doacao-de-roupas-grandes-no-rs
Ciência: Mulheres Negras Dão o Tom	2024	5 episódios	Série que entrevista cientistas negras brasileiras da atualidade e relembra pioneiras.	feminina	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/ciencia-mulheres-negras-dao-o-tom
Dizem as Fontes	2025	Teaser + 6 episódios	Série fruto de um mestrado de jornalista da EBC que discute o papel do jornalismo na educação midiática.	feminina	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/diz-em-fontes
Trilhas Amazônicas	2025	Teaser + 7 episódios	Série que abre o ano da conferência do clima COP30 no Brasil e debate desafios e soluções para o bioma e sua importância para o planeta. Adaptação de produção da Agência Brasil.	masculina	https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/tags/trilhas-amazonicas

Fonte: Elaboração própria a partir de levantamento feito em julho de 2025.

4. Discussão

Essa pesquisa tem como parte de seu processo metodológico mapear a oferta de podcasts jornalísticos produzidos pela EBC, portanto, não nos deteremos no formato de cada um. Porém, cabe destacar que a maioria, sete, dos doze, foi apresentado por uma ou mais vozes femininas, às vezes, por duas vozes femininas, uma delas com sotaque nordestino, como é o caso da série documental “Golpe de 64: Perdas e Danos”, enfrentando o estereótipo de que a voz masculina grave passa mais confiança e, por isso, tornou-se majoritária no radiojornalismo (Ferro, Gomes & Zuculoto, 2023, p. 11). A série Histórias Raras é apresentada por uma voz feminina e uma masculina. A voz masculina exclusiva conduziu apenas quatro séries.

O rádio é um meio historicamente machista, como exposto no dossiê “Rádio e gênero”, publicado em 2022, na *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*¹⁵. O machismo estrutural afastou, por décadas, mulheres e vozes desviantes como a masculina aguda dos microfones. Nesse sentido, é notório o avanço da Radioagência em priorizar vozes femininas e temáticas como as feministas e LGBTQIAPN+, que são capazes, de alguma forma, de destacar a demanda por representatividade, por expressão pessoal e coletiva no meio radiofônico. Sobre esse aspecto, a jornalista Fran de Paula (Paula, 2025), uma das autoras e apresentadora do podcast “Ciência: Mulheres Negras Dão o Tom”, destacou, como uma característica do produto, a possibilidade de se colocar na narrativa como mulher negra e sem se ater à “neutralidade jornalística”. A diversidade de temas dos podcasts jornalísticos da EBC incorpora ainda assuntos invisibilizados, como a gordofobia.

“A representação de outras vozes, fora do velho padrão radiofônico, é um caminho poderoso para a formação de vínculos afetivos, para a construção de comunidades organizadas em torno do áudio e para a própria afirmação de identidades individuais e coletivas” (Kischinhevsky, 2024, p. 97).

Entre os podcasts, encontramos uma variedade importante de temas, incluindo a infância e juventude. No selo “Crianças Sabidas”, temos duas crianças co-apresentando o programa, tendo gravado o roteiro nos estúdios da EBC, em Brasília. Também há crianças entrevistadas, situação pouco frequente na mídia tradicional e um dos focos de atuação das emissoras públicas.

Notamos ainda que a maior parte dos podcasts da Radioagência Nacional é composta por séries narrativas, produzidas por jornalistas em formato de documentário, com exceção da Histórias em Pauta: Grades de Janeiro, que foi produzida em formato de entrevista de vídeo; e do Crianças Sabidas, que tem um formato mais lúdico e didático. Doretto e Ponte (2015), ao pesquisarem como se informam crianças e adolescentes entre 9 e 16 anos de classe média do Brasil e de Portugal, concluíram que as mais novas ainda se informam pela radiodifusão e as mais velhas usam mais a internet, sem se concentrar em fontes jornalísticas tradicionais. A Radioagência busca, portanto, encontrar essa faixa que se informa pela internet.

Outro tópico pouco abordado pela mídia comercial é a própria história da mídia, recuperada na série sobre a imprensa negra, no Histórias em Pauta e no Dizem as Fontes, dedicado à educação midiática, elaborado pela jornalista Mariana Tokarnia.

¹⁵ Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/issue/view/394>. Acesso: 20/10/2025.

“Educação midiática é ter uma leitura crítica sobre os meios de comunicação, saber consumir essas mensagens e também conseguir produzir conteúdos para elas. Eu foquei em como o jornalismo pode ajudar na educação midiática. Foram 15 entrevistas, com perfil bem diversificado, com panorama de jornalistas, estudantes e sociedade civil” (Tokarnia, 2025).

As séries também incluem pautas consideradas cruciais da vida contemporânea, como a crise climática, responsabilidade ambiental e a sustentabilidade, retratados na última produção, Trilhas Amazônicas. Demonstrando ainda o compromisso com o jornalismo público e a informação qualificada, a produção Perdas e Danos, que discutiu os 60 anos do golpe militar em 1964, utilizou áudios do acervo histórico da Rádio Nacional, herdados pela EBC.

Nos exemplos, há uma construção narrativa dos fatos, com descrição de ambientes e situações. O uso da primeira pessoa é recorrente entre os apresentadores, o que estimula o engajamento da audiência, compartilhando dúvidas e impressões obtidas no processo de apuração, seguindo uma tradição de podcasts narrativos estadunidenses. Há ainda uma preocupação com o contraditório, latente quando se trata de órgãos públicos (o podcast Histórias Raras chegou a publicar uma nota do Ministério da Saúde na íntegra), demonstrando o uso de “valores implícitos relacionados ao jornalismo, como a busca pela verdade e pelo equilíbrio na representação de versões” (Kischinhevsky, 2018, p. 79), configurando-se como uma modalidade de radiojornalismo.

Apesar de apontar para a publicação de conteúdos de qualidade e relevância, a disponibilidade dos podcasts da empresa brasileira enfrenta barreiras até chegar ao público final. Dentro do escopo desta pesquisa, observamos que a EBC não destaca as produções nas páginas das emissoras de rádio, no aplicativo Rádios EBC, local natural para esse tipo de produção e que poderia permitir uma interação de mais qualidade com o ouvinte, por exemplo, tampouco no seu site principal.

Diferentemente das demais produtoras de podcasts no Brasil, sejam independentes ou vinculadas a grandes empresas privadas, também não há, por parte da EBC, a divulgação nas redes sociais das emissoras de rádio e de TV, como a TV Brasil. O Grupo Globo, de maior destaque no mercado brasileiro, promove seus podcasts através de sua rede de televisão aberta, nos canais de TV por assinatura, nas suas publicações e na plataforma Globoplay (Vicente, 2024), buscando atrair o público também para outros conteúdos. A Globo demonstra que a estratégia transmídia é fundamental para o encontro com a audiência. No caso das produtoras independentes, sem acesso à radiodifusão ou veículos online, a divulgação em grupos de aplicativos de mensagem é apontada como crucial. A EBC não usa nenhuma dessas estratégias, apesar de contar com emissoras de rádio e TV e presença digital, por meio da Agência Brasil.

Os podcasts jornalísticos da EBC são produzidos e hospedados na Radioagência, cuja página na web fica hospedada dentro do site Agência Brasil. Este não traz, na capa, nenhum indicativo da oferta dos conteúdos digitais sob demanda. Encontramos, no site da agência, apenas *banners* gerais divulgando os veículos da EBC.

As produções foram excluídas também da página das Rádios EBC, administradas pela Diretoria de Conteúdo e Programação, responsável pelos programas não noticiosos das grades. Todas as nove rádios da empresa têm suas páginas hospedadas dentro do Portal de Rádio da EBC. Nessas páginas, o usuário acessa parte dos

conteúdos do dial disponibilizada para escuta assíncrona. Nelas, do lado direito, há uma chamada para podcasts, mas que, na verdade, como já foi dito, remete a conteúdos de antena transpostos para o site. Não há nenhuma menção ou redirecionamento para os podcasts jornalísticos ou à Radioagência.

A página da Radioagência, por sua vez, leva para os conteúdos sonoros nativos digitais por meio do clique em um *banner* na lateral direita da página, exibido ao rolar da *homepage*. Ou seja, pouco intuitivo, se o usuário não estiver familiarizado. A invisibilidade dos podcasts, na contramão da função legal da EBC, de promover uma distribuição plural dos conteúdos públicos, parece estar ligada à perda de importância do jornalismo e ausência de estratégia digital em anos recentes. É oportuno, portanto, lembrar que a separação do braço público do estatal (que assumiu a comunicação do governo federal) ocorreu às custas da infraestrutura do primeiro. A Frente em Defesa da EBC e da Comunicação Pública, que acompanhou o trâmite, ressaltou que a separação trouxe prejuízos ao jornalismo de serviço público, que perdeu cargos de gestão (Freire, 2023).

De acordo com B. Arcoverde, a Radioagência, que contava com uma gerência e três coordenações para operar o setor, teve a estrutura reduzida para uma coordenação apenas. Ela ocupou o cargo de gerente e depois de coordenadora até março de 2024, quando foi destituída. Mesmo assim, continua sendo a responsável pela produção dos podcasts no veículo. “Acredito que, hoje, o principal gargalo é ampliar o alcance dos produtos, mas acredito que, mesmo com as limitações que a gente tem, a criatividade e a dedicação de grandes profissionais de nossa pequena equipe têm garantido uma produção relevante” (comunicação pessoal, 24 de abril de 2025).

5. Conclusões

Analisamos neste artigo a oferta tardia e a disponibilidade restrita de podcasts jornalísticos pela EBC, em contraposição às experiências precursoras pela mídia de serviço público em outros países. Até junho de 2025, identificamos a publicação de 12 séries de podcasts nativos digitais pela empresa brasileira no site da Radioagência Nacional, que oferta gratuitamente conteúdos de radiojornalismo. Os podcasts são publicados com identidade visual própria, tratam de temas de interesse público, dialogando com a missão da mídia pública de ofertar conteúdo plural, são bem produzidos e editados e podem ser baixados ou ouvidos *online* a qualquer tempo. Na página, existe também a funcionalidade de ser direcionado para a escuta no Spotify, plataforma de *streaming* mais popular no Brasil. E, em algumas séries, remete-se ao YouTube, plataforma de vídeo em que há tradução para Libras, um importante componente de acessibilidade.

No material encontrado, outro destaque é para a recorrência de vozes femininas na narração. A ausência dessas não é novidade no radiojornalismo e se repete no podcasting. No estudo de Ferro, Gomes e Zuculoto (2023) as pesquisadoras evidenciam que, historicamente, as mulheres foram invisibilizadas no rádio. A mais recente pesquisa da Associação Brasileira de Produtores de Podcast (ABPod 2025) informa que 70,21% dos produtores/apresentadores no segmento são homens. Portanto, a EBC, neste caso, atua afirmativamente no campo, contribuindo para uma maior representatividade de gênero na mídia sonora.

No entanto, apesar de a EBC apresentar podcasts sobre temáticas relevantes e ausentes da mídia privada (Vicente, 2024), encontrá-los é um desafio, o que conflita com a obrigação legal de ampla distribuição de conteúdos prevista na Lei 11.652/2008, de criação da EBC. Os podcasts jornalísticos não estão listados nas páginas das emissoras de rádio e, tampouco, no aplicativo Rádios EBC, o que seria esperado, uma vez que se trata de conteúdo digital e uma das características das plataformas é disponibilizar conteúdo inédito, com a possibilidade de gerar interação por meio de uma série de funcionalidades. Embora o Spotify seja a plataforma comercial de áudio preferida dos ouvintes brasileiros (ABPod, 2025) e os conteúdos da Radioagência estejam presentes nela, a oferta de podcasts pela EBC na plataforma é incompleta e confusa. Há vários perfis administrados pela empresa no tocador. Neles, estão misturados conteúdos da Rede Gov e da TV Brasil, enquanto os podcasts jornalísticos em formatos sonoros são postados no perfil da Radioagência, o que torna difícil chegar até eles sem conhecer o veículo e sem a mediação dos algoritmos. A tendência, de acordo com Kischinhevsky (2024, p. 171), nesta terceira fase do podcasting, é de “redução da diversidade de vozes”, nas plataformas de streaming de áudio comerciais, em função da concentração do mercado em torno de um punhado de grupos privados de comunicação, com poder econômico para financiar sua posição de destaque nas interfaces. Há de se considerar, portanto, que a visibilidade dos conteúdos em plataformas é afetada pela lógica opaca dos algoritmos.

Uma alternativa para dar mais destaques aos podcasts seria separar as páginas da Radioagência e da Agência Brasil e oferecer um *link* para a agência e/ou seus podcasts nos sites das emissoras. Melhor ainda seria se cada podcast tivesse uma página própria, na qual pudessem ser publicados conteúdos relacionados, como fotos, vídeos e entrevistas completas que agreguem informação extra ao público mais interessado e fomentem uma rede de ouvintes. Essa seria uma das vantagens trazidas pelo radiojornalismo “hipermidiático” (Lopez, 2010). Da mesma forma, é incompreensível a ausência dos podcasts jornalísticos no app Rádios EBC, com ou sem novas funcionalidades favoráveis à interação, como a etiquetagem por palavras-chave. O engajamento é crucial para o sucesso das séries (Pinheiro & Del Bianco, 2022; Kischinhevsky, 2024) e os podcasts não podem ser mais compreendidos apenas em sua dimensão sonora, por serem uma forma cultural híbrida (Bonini, 2020, p. 26). Destacamos também a ausência de divulgação dos podcasts jornalísticos nas redes sociais da Agência Brasil e demais redes da EBC no período estudado, o que seria desejável, como parte da estratégia para atrair e fidelizar o público, apesar de a empresa divulgar nesses perfis podcasts independentes como os da Rádio Novelo, veiculados nas rádios da empresa a partir de 2024.

Olhando em perspectiva a linha do tempo apresentada pelos autores de referência, identificamos no Brasil um cenário distinto daquele descrito por Bonini (2020) e Murray (2009). Nos Estados Unidos, a rede de rádios públicas foi fundamental para estabelecer o novo meio digital, em todas as fases, desde a experimentação, passando pela transposição de conteúdos do *dia* para o digital, pelo investimento em produção independente e em podcasts próprios. No Brasil, as rádios da EBC ainda não encontraram o melhor caminho para apresentar e promover conteúdos seriados sonoros digitais, apesar de contarem com profissionais herdeiros da tradição do rádio público/educativo, com experiência jornalística reconhecida por prêmios, um cenário político favorável e não estar presa à lógica do mercado ou das plataformas.

A ausência de uma estratégia clara para o setor relega os podcasts da EBC ao esquecimento, ao largo do sucesso de produções públicas em outros países e as da grande mídia brasileira, entre as mais ouvidas na América Latina, segundo ranking da consultoria Triton¹⁶.

Seja pelo esvaziamento legal (Nitahara & Carvalho, 2022) que atrapalha o desenvolvimento da EBC, ou por desafios de ordem técnica, financeira e de gestão que precisam ser enfrentados para que a empresa se adeque ao novo mundo digital, conclui-se que a desorganização na oferta prejudica a escuta e invisibiliza importantes produções jornalísticas sob demanda, distanciando-as do público e, conseqüentemente, limitando o acesso à informação. Percebe-se uma estratégia errática, que compromete a presença dos conteúdos em áudio produzidos pela EBC nas plataformas digitais.

Desta forma, a EBC, ao contrário das emissoras de serviço público de outros países, se distancia da almejada legitimidade e universalidade que podem ser a força para assegurar sua existência institucional, sempre questionada por discursos neoliberais que advogam políticas de Estado mínimo. Estudos futuros poderão aprofundar estas conclusões e apontar alternativas em termos de políticas públicas de mídia sonora, que assegurem maior oferta e diversidade de vozes no serviço público de mídia, especificamente no âmbito do rádio expandido, que transborda das ondas hertzianas para diferentes suportes e dispositivos.

Agradecimentos / Financiamento

O primeiro autor agradece ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e à Fundação Carlos Chagas Filho de Amparo à Pesquisa do Estado do Rio de Janeiro – FAPERJ pelo apoio às pesquisas aqui sistematizadas, por meio das chamadas nº 04/2021 e 18/2024 (Produtividade em Pesquisa) e dos editais nº 13/2023 (Apoio à Pesquisa Básica – APQ1) e 08/2025 (Cientista do Nosso Estado), respectivamente.

Conflito de interesse

Os autores declaram não haver conflito de interesse.

Declaração ética

O estudo foi conduzido em acordo com os princípios da pesquisa científica e não requer aprovação adicional por comitê de ética.

Declaração de uso de IA

Não houve uso de ferramentas de Inteligência Artificial (IA) generativa na preparação deste artigo.

Disponibilidade dos dados

Os dados que amparam as conclusões do estudo estão disponíveis sob demanda.

¹⁶ Disponível em: <https://tritonrankers.com/rankers/latam/podcasts/2025/2>. Acesso em: 22/03/2025.

Contribuição dos autores

	Marcelo Kischinhevsky	Isabela de Souza Vieira	Akemi Nitahara Souza
Concepção	X	X	
Curadoria dos dados		X	X
Análise formal	X	X	X
Aquisição de financiamento	X		
Investigação		X	X
Metodologia	X		
Administração do projeto	X		
Recursos	X		
Supervisão	X		
Validação	X		
Redação – rascunho original		X	X
Redação – revisão e edição	X		

Referências

- Alerj aprova projeto que declara Rádio Nacional Patrimônio Histórico e Cultural do Rio (2022, 2 de junho). *Brasil de Fato*. Disponível em: <https://www.brasilefatorj.com.br/2022/06/02/alerj-aprova-projeto-que-declara-radio-nacional-patrimonio-historico-e-cultural-do-rio>. Acesso: 21/07/2024.
- Arcoverde, B. (2025). GT 1 – UnBcast: Podcasting, Rádio e Serviço Público de Mídia [Vídeo]. *UnBcast*, 1 jul. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/live/DX9fsXeC5Ls?si=z2N2aIiP78yCylji>. Acesso em: 05/10/2025.
- Associação Brasileira de Podcasters – ABPOD (2024). *Podpesquisa 2024-2025*. Disponível: https://abpod.org/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa_2024_2025FINAL-1.pdf. Acesso: 28/03/2025.
- Bahr, S. (2024, 28 de março). “Life on Both Sides of the Wall at Guantánamo Bay”, *The New York Times*. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2024/03/28/insider/serial-season-4.html>. Acesso: 04/05/2024.
- Bonini, T. (2020). A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, 11(1), 13-32. <https://doi.org/10.63234/radiofonias.v11i1.4315>.
- Bonini, T. (2022). Podcasting as a Hybrid cultural form between old and new media. In: Lindgren, M. & Loviglio, J. (ed.). *The Routledge companion to radio and podcast studies*. Routledge.
- Brasil (2008). Lei nº 11.652. Institui os princípios e objetivos dos serviços de radiodifusão pública explorados pelo Poder Executivo [...]. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. Brasília, 7 de abril de 2008.
- Brasil. Constituição (1988). Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília, DF: Senado Federal.
- Bucci, E. (2015). *O Estado de Narciso*. A Comunicação Pública a serviço da vaidade particular. Ed. Companhia das Letras.

- Del Bianco, N., Klöckner, L. & Ferraretto, L. A., org. (2017). *80 anos das rádios Nacional e MEC*. EDIPUCRS.
- Doretto, J. & Ponte, C. (2015). Brasil e Portugal: infâncias contemporâneas e suas culturas digitais. *Contemporânea* (UFBA, online), 13(1), 159-176. <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v13i1.13133>.
- Esch, C. E., Del Bianco, N. R. & Moreira, S. V. (2013). Radiodifusão pública: um desafio conceitual na América Latina. *Revista FSA*, Teresina, 10(4), 67-86. Disponível em: <http://www4.unifsa.com.br/revista/index.php/fsa/article/view/252>.
- Fenaj (2022, 2 de setembro). "Dossiê de funcionários aponta 292 denúncias de censura e governismo na EBC", *Federação Nacional dos Jornalistas*. Disponível em: <https://fenaj.org.br/dossie-de-funcionarios-aponta-292-denuncias-de-censura-e-governismo-na-ebc/>. Acesso: 20/07/2024.
- Eerraz, N. & Gambaro, D. (2020). Podcast e radiojornalismo: uma aproximação entre a mídia formal e as novas experiências de produção e escuta. *Novos Olhares*, 9(1), 155-172. Disponível em: <https://revistas.usp.br/novosolhares/article/view/166393>.
- Ferro, R. X. de O., Gomes, J. & Zuculoto, V.R. M. (2024). Voz e gênero no radiojornalismo brasileiro: Marcas históricas de exclusão de mulheres. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, 14(3), p. 91-112. <https://doi.org/10.63234/radiofonias.v14i3.7010>.
- Freire, R. (2023). Nota pública: Oito meses de governo sem comunicação pública. *Ouidoria Cidadã da EBC*. Disponível em <https://ouvidoriacidadaebc.org/nota-publica-oito-meses-de-governo-sem-comunicacao-publica/>. Acesso: 31/07/2024.
- Kischinhevsky, M. (2016). *Rádio e mídias sociais: Mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação*. Ed. Mauad X.
- Kischinhevsky, M. (2018). 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*, 5(10), 74-81. <https://doi.org/10.24137/raeic.5.10.24>.
- Kischinhevsky, M. (2024). *Cultura do podcast: Reconfigurações do rádio expandido*. Ed. Mauad X.
- Lopez, D. C. (2010). *Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. UBI/LabCom Books.
- Mendel, T. (2011). *Serviço público de radiodifusão: um estudo de direito comparado*. Unesco.
- Ministério da Gestão e da Inovação em Serviços Públicos (2024). "Relatório com resultados das empresas estatais em 2023 é apresentado pelo Ministério da Gestão", 26 jul. 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/gestao/pt-br/assuntos/noticias/2024/julho/relatorio-com-resultados-das-empresas-estatais-em-2023-e-apresentado-pelo-ministerio-da-gestao>. Acesso: 26/07/2024.
- Moura, A. (2019, 12 de fevereiro). "Santos Cruz irá fechar rádios da EBC", Blog do Lauro Jardim, *O Globo*. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/lauro-jardim/post/santos-cruz-ira-fechar-radios-da-ebc.html>. Acesso: 20/07/2024.
- Murray, S. (2009). Servicing 'self-scheduling consumers': Public broadcasters and audio podcasting. *Global media and Communication*, 5(2), 197-219. <https://doi.org/10.1177/1742766509341610>.
- Neves, L. & Rebouças, E. (2022). Construindo pauta na comunicação pública online: um relato da experiência do Portal EBC. In: Mainieri, T.; Medeiros, M. (eds.). *Comunicação pública e cidadania: experiências e práticas inovadoras*. Cegraf UFG.
- Nitahara, A. & Carvalho, M. M. de. (2022). A EBC em 2021: ataques e resistências. In: Carvalho, M. M.; Dutra, L. P. (org.). *Cadernos de conjuntura das comunicações LaPCom-Ulepicc-Brasil 2022: desinformação, crise democrática e políticas de comunicação e cultura*. Ulepicc-Brasil. Disponível em: https://ulepicc.org.br/wp-content/uploads/2022/04/Livro_LaPCom-2022-Revissao-06-04-2022.pdf.
- Nitahara, A. (2023). Rádio MEC: 100 anos de radiodifusão pública no Brasil. *Revista Alterjor*, (28)2. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/212292>.

- Paula, F. de (2025). GT 1 – UnBcast: Podcasting, Rádio e Serviço Público de Mídia [Vídeo]. *UnBcast*, 1 jul. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/live/DX9fsXeC5Ls?si=z2N2aIiP78yCylj>. Acesso em: 05/10/2025.
- Pieranti, O. P. (2020). A radiodifusão pública é “cara demais”? Uma avaliação do orçamento da EBC. *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura (EPTIC)*, 22(3), 6-23. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/eptic/article/view/12736>.
- Pinheiro, E. B. & Del Bianco, N. R. (2022). O rádio brasileiro no contexto da plataformação: experiências, impasses e desafios. *Esferas*, 1(23), 56-83. <https://doi.org/10.31501/esf.v1i23.13642>.
- Poell, T.; Nieborg, D. & Van Dijck, J. (2019). Platformisation. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1425>.
- Sullivan, J. L. (2024). *Podcasting in a Platform Age: From an Amateur to a Professional Medium*. Bloomsbury Academic.
- Tokarnia, M. (2025). GT 1 – UnBcast: Podcasting, Rádio e Serviço Público de Mídia [Vídeo]. *UnBcast*, 1 jul. 2025. Disponível em: <https://www.youtube.com/live/DX9fsXeC5Ls?si=z2N2aIiP78yCylj>. Acesso em: 05/10/2025.
- Unesco (2001). *Public broadcasting. Why? How?*. Unesco. Disponível em: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000124058>. Acesso em: 30/07/2022.
- Viana, L., & Vaz Chagas, L. J. (2024). Categorização de podcasts no Brasil: uma proposta baseada em eixos estruturais. *Observatorio (OBS*)*, 18(1). <https://doi.org/10.15847/obsOBS18120242369>.
- Vicente, E. (2024). Podcasts narrativos de não ficção: um olhar sobre a produção brasileira. *Revista de la Asociación Española e Investigación de la Comunicación*, 11(21). <https://doi.org/10.24137/raeic.11.21.1>.
- Zuculoto, V. R. M. (2012). *A programação das rádios públicas brasileiras*. Ed. Insular.