



O Podcast Como Ferramenta Jornalística¹

Ana Clara Barbosa MACEDO²

Karina Ferreira MAMEDE³

Mariana Goulart HUEB⁴

Nayla GOMES⁵

Ana Cristina Menegotto SPANNENBERG⁶

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO

O artigo analisa as principais características do *podcast* jornalístico no Brasil e de que forma ele contribui para a transformação da transmissão da informação, como os ouvintes se relacionam com a notícia e o que os leva a buscar este tipo de ferramenta para se informar. O *podcasting* é um processo de transmissão de arquivos de áudio na Internet. Esses arquivos são chamados de *podcasts* e podem ser produzidos por qualquer pessoa e distribuídos gratuitamente na rede. Por se tratar de um tema recente, o grupo optou por utilizar obras de estudiosos da área da Comunicação que analisam os variados aspectos do *podcasting*, para, em seguida, relacionar com a proposta da pesquisa. Foram analisados alguns *podcasts* jornalísticos presentes em grandes portais brasileiros de notícia a fim de definir os elementos e as peculiaridades dessa mídia.

PALAVRAS-CHAVE: *podcast*; *podcast* jornalístico; classificação.

INTRODUÇÃO

O *Podcasting* é um arquivo de áudio presente na internet que oferece formas particulares de interação. Na maioria das vezes está vinculado a um portal e pode ser constituído por imagens e links que contribuem para um maior contato entre os que acompanham e quem produz. A principal característica de um *podcast* está relacionada à sua forma de distribuição, que é direta e atemporal, já que *podcasting* é um arquivo de áudio que pode ser ouvido em qualquer aparelho que reproduza ou receba esse formato. Alex Primo

1 XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012

2 Aluna do quinto período do curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: anacaramacedo@hotmail.com

3 Aluna do quinto período do curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: kksinha_fm@hotmail.com

4 Aluna do quinto período do curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: marianagoularth@hotmail.com

5 Aluna do quinto período do curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: naylacgomes@gmail.com

6 Orientadora do trabalho, jornalista, mestre em Comunicação e Cultura Contemporânea, doutora em Ciências Sociais e professora do Curso de Comunicação Social: Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia, email: anacristina@faced.ufu.br



(2005) defende que o *podcasting* é uma mídia inovadora que pode contribuir para o avanço do rádio tradicional que ainda é um dos principais meios de comunicação. Atualmente, essa mídia vem conquistando grande espaço na internet devido sua facilidade de criação e distribuição.

Essa ferramenta midiática é recente no cenário brasileiro, as primeiras publicações reconhecidas foram lançadas na rede em meados de 2004. Segundo Silva (2008), o primeiro *podcast* no Brasil foi o “Digital Minds” produzido por Danilo Medeiros. Porém, apenas em 2008 que o fenômeno *podcast* se tornou uma ferramenta mais conhecida na internet brasileira, quando foi realizada a primeira edição do Prêmio *Podcast* que recebeu grande divulgação nos próprios *podcasts*. Atualmente, essa mídia está mais presente com destaque para os portais jornalísticos.

Este artigo pretende fazer um breve perfil dos *podcasts* jornalísticos brasileiros, através de análises nos portais Café Brasil, Band, UOL e CBN. Para isso, o artigo está estruturado em quatro partes, são elas: revisão bibliográfica, metodologia aplicada, análise dos resultados e conclusão.

2 – REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Podcast é um arquivo sonoro em formato digital produzido por qualquer pessoa que possua um computador e um programa de edição de áudio. O primeiro *podcast* foi produzido em meados de 2004, pelo ex-VJ da MTV norte-americana, Adam Curry, que estava insatisfeito com a pouca variedade da programação das rádios. Curry decidiu, então, produzir uma transmissão sonora diferenciada, cujo conteúdo lhe agradasse e, com a ajuda de softwares, disponibilizou esse produto na Internet. A novidade espalhou-se rapidamente. Em 2006, Diógenes Xavier e Mário Oliveira Pimenta relataram os efeitos da popularização do *podcast* e destacaram o fato de grandes portais brasileiros estarem disponibilizando seu conteúdo jornalístico através deste tipo de arquivo.

Um fator importante a respeito dessa popularização baseia-se na relação entre emissor e receptor dos programas. Isso porque, segundo Herschmann e Kischinhevsky (2007), os baixos custos e as facilidades oferecidas pela internet contribuem para a produção de um *podcast*, tornando-o acessível a qualquer pessoa. Deste modo, alguns receptores acabam assumindo o papel dos emissores, gerando assim assuntos cada vez mais diferenciados, fazendo com que esta nova mídia alcance um número maior de pessoas a cada dia que passe.



Além disso, o *podcasting* permite que seus consumidores façam uma seleção dos assuntos a serem ouvidos, diferente do que acontece no rádio. É neste contexto que surge o que Herschmann e Kischinhevsky (2007) chamam de *geração podcasting*. Os consumidores dos produtos fonográficos têm a possibilidade de escolher além do conteúdo, o local e o suporte em que pretendem ouvir os programas, já que esta ferramenta permite que a pessoa faça um download deste arquivo em seu computador pessoal, celular, MP3, *Ipod* ou em qualquer outro tipo de aparelho que reconheça o formato do arquivo.

Sobe a possibilidade de selecionar o conteúdo a ser ouvido, Renato Vaisbih afirma:

A segmentação é a marca dos *podcasts* jornalísticos, uma vez que o ouvinte pode escolher qual tipo de informação vai “baixar” para o seu aparelho: política nacional, política internacional, macroeconomia, agronegócios, basquete, vôlei, futebol, cinema, teatro, música clássica, dança, violência urbana ou o que mais estiver ao alcance da imaginação dos responsáveis pela produção de conteúdo. (2006, p. 22)

Apesar de a portabilidade ser um aspecto facilitador da difusão dos programas para que um ouvinte possa ouvir o *podcast* ele precisa ter um computador com acesso a internet e ter conhecimento do meio, algo que não é frequentemente encontrado nas classes menos favorecidas. Para Alex Primo (2005), o alcance geográfico do podcast ainda é pequeno quando comparado com outras mídias. Porém, sua propagação ocorre à medida que comentários são feitos no blog e que este seja vinculado a outros blogs, estabelecendo assim um processo parecido com o que ocorre no “boca a boca”. Essa propagação retoma a questão da relação entre emissor e receptor, que no caso do *podcast* é muito mais estreita se comparada a outros meios.

Todos esses apontamentos são importantes para a construção de novas perspectivas sobre o assunto, principalmente se considerarmos que se trata de um tema recente e com poucos estudos.

2.1 – CRITÉRIOS DE ANÁLISE

A crescente popularização dos podcasts nos portais brasileiros de notícias promoveu uma pluralização dos formatos dos programas. Desse modo, tornou-se necessário para este estudo selecionar alguns critérios de classificação de *podcasts*. Esses critérios foram baseados no texto de Ana Amélia Carvalho, “Taxonomia de *podcasts*: da criação à utilização em contexto educativo” (2009). Carvalho analisou *podcasts* educacionais e propôs uma nomenclatura atendendo a seis aspectos distintos, que são baseados na aplicação do *podcast*



como ferramenta de ensino. Segundo ela “uma taxonomia de *podcasts* ajuda a classificá-los atendendo a diferentes dimensões, mas também a repensar a sua utilização e diversidade.” (2009, p.97)

A autora apresenta, primeiramente, as definições de tipo, são eles: expositivo/informativo, que demonstra um conteúdo da matéria, *feedback*/comentários, feito pelos professores para comentar criticamente trabalhos acadêmicos, instruções/orientações, auxílio para a realização de trabalhos práticos e materiais autênticos, destinados ao público em geral. Em seguida é discutido no texto o formato do *podcast*, que pode ser desenvolvido em áudio, vídeo e até mesmo através de um conjunto de imagens com som. Um terceiro aspecto é a duração, podendo ser longo (acima de um quarto de hora), moderado (variação de seis a 15 minutos) ou curto (de um a cinco minutos), este tende a agradar mais os alunos, pois mesmo possuindo o menor tempo, consegue transmitir as informações necessárias. O estilo também é apontado como fator característico para a análise do *podcast* que, segundo a autora, pode ser formal ou sem formalidades, dependendo do modo de trabalho do docente. No texto, o autor é citado como efeito de análise da nomenclatura do *podcast* educativo, que pode ser o docente, utilizando-o como auxílio a respeito de um conteúdo já trabalhado, ou como suporte para execução de trabalhos e pesquisas. O sexto aspecto é quanto à finalidade, podendo ser informativo, de orientação para os alunos em trabalhos acadêmicos, e até mesmo como suporte para melhor entendimento de assuntos a respeito dos conteúdos. Todos esses critérios foram utilizados na análise dos *podcasts* dos portais Café Brasil, Band, UOL e CBN.

3 - METODOLOGIA APLICADA

Primeiramente, foi feito um levantamento bibliográfico de artigos relacionados com o tema *podcast* que permitiu ao grupo a construção de um embasamento teórico. Após esse levantamento, o grupo fez um mapeamento na Internet e selecionou quatro importantes portais que possuem *podcast* jornalístico, sendo eles CBN, Café Brasil, UOL e Band. O grupo optou por analisar os três últimos *podcasts* postados em cada portal até o dia 20 de maio de 2011, visto que a postagem de cada site ocorre em datas diferentes, alguns são semanais, outros quinzenais ou mensais.

Em seguida foram estabelecidos critérios, baseados no texto “Taxonomia de Podcasts: da criação à utilização em contexto educativo”, de Ana Amélia Carvalho (2009), visando uma classificação dos *podcasts* selecionados. Para a análise de cada portal foi desenvolvida uma tabela constituída pelos critérios a serem avaliados e os nomes dos três *podcasts* de cada site.



Nesta tabela o grupo classificou os *podcasts* de acordo com o formato, amostra, assunto, duração, autor, tipo, estilo e finalidade.

Após a construção das tabelas o grupo realizou uma análise quantitativa dos resultados, que possibilitou uma breve análise das principais características dos *podcasts* jornalísticos brasileiros.

4 – ANÁLISE DOS PODCASTS

4.1 – TABELAS DE ANÁLISE

A seguir, apresentamos as tabelas com a análise dos quatro portais: eBand, UOL, CBN e Café Brasil.

e-Band⁷

Nome do portal	e-Band	e-Band	e-Band
Formato	Áudio MP3	Áudio MP3	Áudio MP3
Podcast	Mundo	Mundo	Mundo
Amostra	17 de Maio de 2011	10 de Maio de 2011	03 de Maio de 2011
Assunto	Prisão de Strauss Kahn	Economia européia	Situação política do Peru
Duração	9'00'' – moderado	6'00'' - moderado	7'00'' - moderado
Autor	Demetrio Magnoli	Demetrio Magnoli	Demetrio Magnoli
Tipo	Expositivo/ Informativo	Expositivo/ Informativo	Expositivo/ Informativo
Estilo	Formal	Formal	Formal
Finalidade	Informar	Informar	Informar

Os podcasts analisados do portal e-Band estão no formato áudio MP3, e abordam o mesmo eixo temático, notícias sobre a política internacional. Todos foram produzidos no mês de maio de 2011, são apresentados por Demetrio Magnoli e têm como finalidade informar. Por abordarem questões com um caráter jornalístico é possível classificá-los como sendo do tipo expositivo e informativo, uma vez que apontam as principais questões e informam o ouvinte sobre os acontecimentos. Desse modo, o estilo observado foi o formal com uma duração moderada, variando entre seis e nove minutos.

⁷ e-Band. [S.l.], 2001. Disponível em < <http://www.band.com.br/podcasts/>>



UOL⁸

Nome do portal	Podcasts	Podcasts	Podcasts
Formato	Áudio MP3	Áudio MP3	Áudio MP3
Podcast	UOL Notícias	UOL News: Tabela	UOL News: Monkey News
Amostra	14 de fevereiro de 2011	16 de fevereiro de 2011	14 de abril de 2011
Assunto	Suleiman não inspira confiança para transição no Egito	Aposentadoria de Ronaldo	Bolsonaro sai do armário e vai pescar com Ricky Martin e Elton John
Duração	02'09'' - curto	01'02'33'' – longo	11'01'' - longo
Autor	Luiz Felipe de Alencastro	Juca Kfour	José Simão
Tipo	Expositivo/ Informativo	Opinativo	Opinativo/Expositivo
Estilo	Formal	Informal	Informal
Finalidade	Informar	Discutir/Entreter	Discutir/Entreter

No portal UOL foram selecionados três podcasts de sessões distintas. Cada um deles possui um autor diferente. Todos estão no formato MP3, dois foram produzidos no mês de fevereiro de 2011 e um no mês de abril. Os assuntos abordados são variados. O podcast “Suleiman não inspira confiança para transição no Egito” possui um caráter jornalístico com um estilo formal, sendo, desse modo classificado como expositivo e informativo. Os outros dois podcasts trazem a opinião dos autores expostas de maneira informal e com a finalidade de discutir os temas e entreter os ouvintes. Com exceção do podcast de Luiz Felipe de Alencastro, que possui apenas dois minutos e nove segundos, classificado como curto, os demais são longos, sendo que o podcast apresentado por Juca Kfour tem mais de uma hora, enquanto que o de José Simão possui onze minutos.

CBN⁹

⁸ Podcasts - UOL. [S.l.], 2011. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/podcasts/>>.

⁹ CBN [S.l.], 2011. Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/servicos/podcast/NOME.htm>>



Nome do portal	Podcast CBN	Podcast CBN	Podcast CBN
Formato	Áudio MPEG-4	Áudio MPEG-4	Áudio MPEG-4
Podcast	Fato em Foco	Sala de Música	Fim de Expediente
Amostra	14 de Maio de 2011	14 de Maio de 2011	13 de Maio de 2011
Assunto	Transtornos psiquiátricos no Brasil	Entrevista com os cantores Leandro Sapucahy, Paula Bressann e Luciano Nassyn	Futebol, preço da gasolina, análise econômica de Carlos Alberto Sardenberg e entrevista com a jornalista Cora Rónai
Duração	29'12'' - longo	1°01'29'' - longo	58'39'' - longo
Autor	Roberto Nonato	João Carlos Santana	Dan Stulbach, José Godoy e Luiz Gustavo Medina
Tipo	Expositivo/ Informativo	Expositivo/ Informativo	Expositivo/ Opinativo
Estilo	Formal	Informal	Informal
Finalidade	Informar	Informar/Entreter	Debater/Entreter

Os podcasts da rede CBN que foram escolhidos para análise, assim como os do portal UOL, são de três sessões diferentes: Fato em Foco, Sala de Música e Fim de Expediente. Embora os programas produzidos por Roberto Nonato (da sessão Fato em Foco) e João Carlos Santana (da sessão Sala de Música) sejam expositivos e informativos, eles não possuem o mesmo estilo. O podcast de Santana é do estilo informal, o que pode ser relacionado com a sua finalidade, que é informar, mas, também, entreter. Já o podcast Fim de Expediente, cujo tema é “Futebol, preço da gasolina, análise econômica de Carlos Alberto Sardenberg e entrevista com a jornalista Cora Rónai” é do tipo opinativo e tem como finalidade debater e entreter, sendo assim, classificado como do estilo informal. Os três programas analisados foram produzidos no mês de maio de 2011, estão no formato de áudio MPEG-4 e são de longa duração.

Café Brasil¹⁰

¹⁰ Café Brasil. [S.l.], 2011. Disponível em: < <http://www.portalcafebrasil.com.br/dlog>>.



Nome do portal	Café Brasil	Café Brasil	Café Brasil
Formato	Áudio MP3	Áudio MP3	Áudio MP3
Podcast	Café Brasil	Café Brasil	Café Brasil
Amostra	12 de Maio de 2011	05 de Maio de 2011	28 de Abril de 2011
Assunto	Dinheiro e Felicidade	Guerrilheiro Formiga – Maurício Pereira	Preconceito, discriminação e racismo 2
Duração	25'06" – longo	92'57" – longo	29'31" - longo
Autor	Luciano Pires	Luciano Pires	Luciano Pires
Tipo	Opinativo/ Expositivo	Opinativo/ Expositivo	Opinativo Expositivo
Estilo	Informal	Informal	Informal
Finalidade	Entreter/ Informar	Entreter/ Informar	Entreter/ Informar

O portal Café Brasil é o que apresenta podcasts mais semelhantes. Todos os analisados estão em formato de áudio MP3, são de longa duração, têm como finalidade entreter e informar, possuem estilo informal e são do tipo opinativo e expositivo. Os três programas foram produzidos pelo mesmo autor, Luciano Pires, que aborda temas ligados à sociedade permitindo com ele faça apontamentos acerca dessas questões. Dois podcasts foram produzidos no mês de maio e um no mês de abril.

4.2 – DESCRIÇÃO DAS ANÁLISES

Após selecionarmos quatro portais, Café Brasil, CBN, eBand e UOL, foram analisados aspectos comuns e específicos de seus *podcasts*, conforme apresentado acima. Todos foram postados no ano de 2011, sendo que aproximadamente 17% foram no mês de fevereiro, 17% em abril e 67% em maio. Nesta análise foram observados os três últimos *podcasts* de cada portal até o dia 20 de maio, visto que a postagem de cada site ocorre em datas diferentes, alguns são semanais, outros mensais. Esse é um aspecto característico do *podcast*, pois o *podcaster* é quem define a frequência dos programas.



Primeiramente é importante ressaltar que, com exceção do *podcast* Café Brasil¹¹, que é veiculado em um site cujo conteúdo é totalmente opinativo, os demais programas estão hospedados em portais de notícia. Esse fato nos permite observar que dentre os doze *podcasts* selecionados cerca de 92% são do tipo expositivos, 50% informativos e 50% são opinativos, sendo que alguns programas podem ser classificados em mais de um tipo, como é o caso de 91,6% deles. De acordo com Ana Amélia Carvalho (2009), os tipos de *podcasts* expositivos e informativos apresentam um determinado conteúdo ou realiza uma síntese da matéria.

Quanto à autoria dos *podcasts*, 50% deles são produzidos por jornalistas, 8,3% por um historiador e cientista político e 25% por um sociólogo e geógrafo. O *podcast* “Fim de Expediente”¹² veiculado pelo portal da CBN é um caso à parte, pois é produzido por mais de uma pessoa, sendo um escritor e um economista. Em relação ao tipo e a autoria o observar-se, que assim como em outros veículos de comunicação, a maioria dos *podcasts* jornalísticos têm como característica informar, expor fatos e acontecimentos e são produzidos por jornalistas.

No que diz respeito ao estilo dos programas, cerca de 58% são informais enquanto 42% são formais. Uma das características do gênero *podcast* em geral é ter um caráter informal, desta forma esta ferramenta oferece uma maior interatividade entre o emissor e o receptor. Nos *podcasts* jornalísticos esta particularidade também pôde ser vista. Sobre a duração dos programas conclui-se que predominam os longos (a partir de um quarto de hora), aproximadamente 67% deles, enquanto que 25% são moderados (de seis a 15 minutos) e apenas 8,3% são curtos (de um a cinco minutos).

A maioria dos *podcasts* selecionados não possui somente uma finalidade, alguns podem informar e debater, enquanto outros visam apenas um fim. Aqueles que pretendem informar correspondem a 75%, em seguida vêm os *podcasts* que visam entreter, cerca de 58% e 25% diz respeito à *podcasts* que debatem os temas. Por fim, no que diz respeito ao formato os *podcasts* da UOL¹³, eBand¹⁴ e Café Brasil estão em áudio MP3, o que corresponde a 75% dos programas, enquanto que os outros 25% são *podcasts* da CBN e estão em formato MPEG-4.

5 – CONCLUSÃO

¹¹ Café Brasil. [S.l.], 2011. Disponível em: <<http://www.portalcafebrasil.com.br/dlog>>.

¹² CBN [S.l.], 2011. Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/programas/fim-de-expediente/FIM-DE-EXPEDIENTE.htm>>.

¹³ Podcasts - UOL. [S.l.], 2011. Disponível em: <<http://noticias.uol.com.br/podcasts/>>.

¹⁴ eBand. [S.l.], 2011. Disponível em: <<http://www.band.com.br/podcasts/>>.



A equipe pretendeu com este trabalho traçar um breve perfil dos *podcasts* jornalísticos no Brasil baseados na análise de programas de quatro portais de notícia. É importante ressaltar que os estudos sobre o tema são recentes e poucas pesquisas classificam o gênero do *podcast* jornalístico no Brasil.

Após as análises, pôde-se observar que a maioria dos *podcasts* é produzida por jornalistas e visa informar, expor fatos e acontecimentos. Além disso, em alguns casos, os *podcasts* têm como finalidade debater os assuntos em pauta. A predominância do caráter informal neste gênero permite uma maior interatividade entre emissor e receptor. Diferentemente de outros meios jornalísticos, a frequência das postagens dos programas varia de acordo com seus produtores, não havendo um critério que estabeleça as datas de veiculação. Por fim, sobre a duração dos *podcasts*, percebeu-se que predominam aqueles que ultrapassam o tempo de 15 minutos.

Ao final das pesquisas foi possível identificar um perfil baseado em importantes portais jornalísticos. Entretanto, pelo caráter exploratório da pesquisa e pela reduzida amostra analisada, os resultados indicam apenas pistas a serem posteriormente confirmadas com outros estudos. Além disto, pelo *podcast* se tratar de um gênero novo ele está suscetível a mudanças que podem alterar as características citadas acima. Por este motivo, acreditamos que o principal mérito desse trabalho foi reforçar a necessidade de estudos mais aprofundados e detalhados sobre esse formato.

REFERÊNCIAS

- CARVALHO, Ana Amélia, Aguiar, Cristina & Maciel, Romana. **Taxonomia de Podcasts: da criação à utilização em contexto educativo**. In A. A. A. Carvalho (org.), *Actas do Encontro sobre Podcasts*. Braga: CIED, 95-105, 2009
- HERSCHMANN, Micael e KISCHINHEVSKY, Marcelo. “A ‘**geração podcasting**’ e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento”. *Anais do XVI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)*, Curitiba, 2007.
- PRIMO, Alex. **PARA ALÉM DA EMISSÃO SONORA: AS INTERAÇÕES NO PODCASTING**. *Intexto*, Porto Alegre: UFRGS, v.2, n.13, p.1-23, julho/dezembro 2005. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/article/view/4210>> Acesso em: 21 mar. 2011.
- SILVA, E. Video da apresentação do Prêmio Podcast 2008. In: Vimeo, 9 dec. 2008. Disponível em: <<http://vimeo.com/2479492>>. Acesso em: 7 jun. 2011.
- VAISBIH, R. dos. Ganhos e perdas de uma renovada linguagem radiofônica jornalística, via podcast. **Cenários da Comunicação**, São Paulo, v. 5, p. 13-25, 2006.



XAVIER, Diorgenes; PIMENTA, Márcio Oliveira. **Tecnoinforme: podcast e tecnologia**. 2006. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo), Salvador / Bahia: Fib - Centro Universitário da Bahia.

PODCASTS

CBN [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/servicos/podcast/NOME.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2011

CBN [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/programas/fato-em-foco/FATO-EM-FOCO.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2011

CBN [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/programas/sala-de-musica/SALA-DE-MUSICA.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2011

CBN [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://cbn.globoradio.globo.com/programas/fim-de-expediente/FIM-DE-EXPEDIENTE.htm>>. Acesso em: 20 mai. 2011

Café Brasil. [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://www.portalcafebrasil.com.br/dlog>>. Acesso em: 20 mai. 2011

Café Brasil. [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://www.portalcafebrasil.com.br/dlog/dinheiro-e-felicidade>>. Acesso em: 20 mai. 2011

Café Brasil. [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://www.portalcafebrasil.com.br/dlog/guerrilheiro-formiga-mauricio-pereira>>. Acesso em: 20 mai. 2011

Café Brasil. [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://www.portalcafebrasil.com.br/dlog/preconceito-discriminacao-e-racismo-2>>. Acesso em: 20 mai. 2011

eBand. [S.I.], 2011. Disponível em: <http://www.band.com.br/rss/colunista_131.xml>. Acesso em: 20 mai. 2011

Podcasts - UOL. [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://www.noticias.uol.com.br/podcasts/>>. Acesso em: 20 mai. 2011

Podcasts - UOL. [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://rss.uolnews.uol.com.br/podcast/monkeynews.xml>>. Acesso em: 20 mai. 2011

Podcasts - UOL. [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://rss.uolnews.uol.com.br/podcast/alencastro.xml>>. Acesso em: 20 mai. 2011

Podcasts - UOL. [S.I.], 2011. Disponível em: <<http://rss.uolnews.uol.com.br/podcast/jucakfour.xml>>. Acesso em: 20 mai. 2011