

## **PODBOOKS E A LITERATURA EM ÁUDIO**

Lilian Pacheco Monteiro da Costa<sup>1</sup>

DOI: <https://doi.org/10.34019/1983-8379.2025.v18.49593>

**RESUMO:** O artigo explora brevemente a literatura em áudio no Brasil, observando a transição do rádio para os formatos contemporâneos como *podcasts* e *podbooks*, e sua relação com os audiolivros e como a tecnologia digital transformou o consumo de narrativas sonoras. O *podbook* é apresentado como uma combinação da estrutura de audiolivros com a informalidade dos *podcasts*, um terceiro elemento, similar ao defendido por pesquisadores do áudio. A pesquisa indica que a literatura em áudio aproveita a flexibilidade e a interatividade do meio digital e busca discutir sobre a natureza performática e as especificidades da textualidade eletrônica. Para isso, ela perpassa as previsões sobre o fim da literatura, especialmente a imprensa, valendo-se das definições acerca do que é literário, a história do áudio atrelado à arte da palavra, as especificidades da textualidade audiolivresca e das mídias nascidas em áudio. O texto também aborda o consumo de *podcast* na cultura brasileira e como a tecnologia digital transformou a recepção de narrativas, destacando as narrativas sonoras.

**Palavras-chave:** Áudio; audiolivros; literatura em áudio; *podbook*; *podcast*.

## **PODBOOKS AND AUDIO LITERATURE**

**ABSTRACT:** This article briefly explores the evolution of audio literature in Brazil, observing the transition from radio to contemporary formats such as podcasts and podbooks, and its relationship with audiobooks, as well as how digital technology has transformed the consumption of audio narratives. The podbook is presented as a combination of the structure of audiobooks with the informality of podcasts, representing a third thing, similar to what has been proposed by some audio researchers. The study indicates that audio literature takes advantage of the flexibility and interactivity of the digital medium and discusses the performative nature and specificities of electronic textuality. To this end, it examines predictions about the end of literature, particularly printed literature, drawing on definitions of literary meaning, the history of audio as it relates to the art of words, the specificities of audiobook textuality, and audio-born media. The text also addresses podcast consumption in Brazilian culture and how digital technology has transformed the reception of narratives, with emphasis on sound-based narratives.

**Keywords:** Audio; audiobooks; audio literature; *podbook*; *podcast*.

### **Introdução**

A literatura, historicamente, tem se reinventado a partir das transformações tecnológicas que reconfiguram os modos de produção, circulação e recepção textual. Desde antes das

---

<sup>1</sup> Mestra em Letras pelo PPG Letras/UFJF. E-mail: [lilianpaccos@gmail.com](mailto:lilianpaccos@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0009-0003-5596-4405>.

previsões de Octave Uzanne (1895) sobre o “fim dos livros” até as discussões recentes acerca de coexistência entre diferentes mídias (Colbjørnsen, 2015), observa-se que a palavra literária se adapta continuamente aos novos suportes. No cenário contemporâneo, a digitalização amplia essas possibilidades ao promover textualidades eletrônicas que, como destaca Hayles (2009), interrogam os contextos e as condições de produção literária, incorporando elementos multimídia e funcionalidades participativas. É nesse contexto que o presente artigo apresenta os *podbooks*, que se consolidam como um produto literário híbrido, situado entre o audiolivro e o *podcast*, que são narrativas sonoras já conhecidas no meio brasileiro de comunicação

Essa reflexão nos conduz à necessidade de revisitar os debates sobre o futuro do livro e da literatura, especialmente diante das projeções que, desde o final do século XIX, anunciam a substituição do impresso por novas formas de mediação sonora. A obra *La Fin des Livres*, de Uzanne e Robida (1895), e a crônica de Affonso Schmidt na *Folha da Manhã* (1938) são exemplos de discursos que antecipavam um cenário pós-livro, no qual o fonógrafo e os dispositivos de reprodução sonora seriam os responsáveis por difundir narrativas.

É a partir dessa perspectiva que se torna pertinente analisar a literatura na era digital, como faremos a seguir, considerando como os avanços tecnológicos não apenas transformaram a experiência de leitura, mas também criaram condições para o surgimento de outras textualidades – em destaque aqui, as sonoras – que expandem os limites do que é literário e apresentam novas formas de criação de literatura no cenário contemporâneo.

## 1. A literatura na era digital

Em 1895, Octave Uzanne publicava o conto “La Fin des Livres”, com ilustrações de Albert Robida, no qual as personagens discutiam como a tecnologia permitiria que a imprensa – e, consequentemente, os livros impressos – fosse substituída pelos fonógrafos ou aparelhos repetidores de som, apresentando um futuro pós-literário. Segundo eles, os olhos dos leitores seriam libertos e os materiais literários como o conhecemos estariam com dias contados, como pode-se verificar:

Se por livros, você se refere aos inúmeros cadernos de papel impresso, enrolado, cosido, brochado com uma capa que anuncia o título do livro, lhe confesso francamente que não acredito – e que os progressos da electricidade e da mecânica moderna me proíbem de acreditar – que a invenção de Gutenberg possa não cair em desuso, mais ou menos em breve, como interpretador das nossas produções intelectuais. (Uzanne, 1895, s.p.)<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Assume-se a tradução de nossa autoria, salvo quando indicado o contrário. Do original: “Si par livres vous entendez parler de nos innombrables cahiers de papier imprimé, ployé, cousu, broché sous une couverture annonçant le titre de l’ouvrage, je vous avouerai franchement que je ne crois point, — et que les progrès de l’électricité et de la mécanique moderne m’interdisent de croire, — que l’invention de Gutenberg puisse ne pas tomber plus ou moins prochainement en désuétude comme interprète de nos productions intellectuelles.”

Como apontado por Lilian Costa (2024), o futuro dos livros também foi questionado aqui no Brasil, devido à invenção do fonógrafo, em 15 de janeiro de 1938, pelo escritor e jornalista Affonso Schmidt, no *Folha da Manhã*:

Parece-me que o livro, na sua parte material, está em vias de uma grande transformação. Diversos factores [sic] estão se reunindo e trabalhando para isso. E o primeiro desses factores [sic], sem dúvida o mais importante, é o econômico [sic]. [...]

Anda no ar um processo que poderá conciliar perfeitamente nossa preguiça de ler, a nossa falta de vista, a nossa carência [sic] de tempo – com a necessidade absoluta das emoções da leitura. Sim, porque para o nosso século [sic] o livro é um artigo de primeira necessidade. Esse processo consistirá um dia em oferecer [sic] ao público [sic] o livro falado – talvez mesmo synchronized... – por meio de discos. Se isso se der, ninguém mais irá a uma livraria comprar, por exemplo, “O Intendente do Ouro”, do sr. Amadeu de Queiroz. Irá, sim, a uma casa de discos e, antes de adquirir a obra, inteirar-se-á do director [sic] que a montou, do “speaker” que a leu, do “cast” que se encarregou dos diálogos, etc. (O LIVRO..., 1938, p. 6).

Apesar de muitas das previsões propostas por Uzanne e Robida no conto, bem como as de Schmidt, terem se tornado realidade – se assumirmos que o papel dos reprodutores fonográficos do conto é cumprido pelos celulares hoje em dia –, a substituição e a morte dos livros impressos não aconteceu. Como apontado pela Lei de Riepl (Colbjørnsen, 2015), o surgimento de novas mídias não causa o desaparecimento de outras mais antigas, mas sim sua coexistência. Ainda assim, o fim de uma mídia é anunciado periodicamente por aqueles que temem ou anseiam a mudança. Conforme Costa (2024) indica, a literatura, que desde o século XX vem tendo seu prazo questionado, representa mais uma forma da demonstração do fim de uma cultura consolidada, que seria substituída pelas novidades resultantes dos novos tempos: “A ‘decadência’ da literatura estaria, portanto, atrelada às mudanças culturais inevitáveis e tão rápidas no mundo contemporâneo, assim como o fim dos livros proposto por Uzanne” (Costa, 2024, p. 12).

É inegável o impacto da facilidade de criação e de distribuição proporcionada pelo digital na concepção de novas formas de arte, em especial a literatura. A partir desse panorama, analisaremos uma nova manifestação da literatura em áudio: os *podbooks*, que surgem em um ambiente favorável ao áudio no Brasil, com o sucesso e a popularização dos *podcasts*. Eles são considerados por Mariana Mafra (2021) como um produto que “tem a estrutura e narrativa de um *audiobook*, mas tem o ritmo e a linguagem de um *podcast*”.

Os *podbooks*, como aqui compreendidos e referidos, são os produtos desenvolvidos por Mariana Mafra e Eric Mafra – *Como ser um Rockstar* (2019) – e Mariana Mafra e Ricardo Alexandre – *Tudo é Música* (2021). Ambos possuem livros homônimos que são estreitamente ligados com a mídia em áudio, mas não inteiramente reproduzidos nela, o que se esperaria de um audiolivro tradicional.

Essa convergência das mídias literárias é uma demonstração da potencialidade da literatura eletrônica. Katherine Hayles (2003) argumenta que as tecnologias digitais alteraram profundamente nossa percepção e experiência com a textualidade, ao diluir as fronteiras entre distintas mídias e confrontar nossas premissas acerca da essência dos textos, impulsionando uma reavaliação do *status quo* do objeto literário. Ela destaca a relevância de entender os contextos materiais e culturais em que os textos são gerados e consumidos, bem como a influência da tecnologia na conformação desses contextos, conforme comentado por Costa (2024, p. 17-18):

Uma das principais características da literatura digital é a sua capacidade de incorporar elementos multimídia e as funcionalidades participativas, permitindo se fazer valer do hipertexto para criar narrativas interativas e/ou incorporar elementos multimídia para criar experiências imersivas para o leitor. Outra característica fundamental da tecnologia digital é a sua capacidade de facilitar a rápida circulação e disseminação de textos, bem como democratizar o espaço do criador e também tornar mais fluidas as barreiras entre leitor e autor, potencializando a possibilidade de invenção e de intervenção. À medida que a tecnologia continua a evoluir, é provável que sejamos convidados a presenciar o aparecimento de formas de literatura e de textualidade ainda mais inovadoras, levando em conta, como já apontado, o desenvolvimento e deslocamento entre a tradição e a novidade, em constante interpenetração.

De forma a situar o nosso objeto de estudo no campo literário, sem tentarmos nos aventurar em uma discussão sobre o que é a literatura, assumimos a posição de Costa (2024, p. 25), que afirma:

Hayles propõe uma definição do que ela considera como literário para seus propósitos, conceituando-o “[...] como trabalhos artísticos criativos que interrogam os contextos, as histórias e as produções de literatura, incluindo também a arte verbal da literatura propriamente dita.” (Hayles, 2009, p. 22). Em consonância com seu ponto de vista, compreendemos que a textualidade eletrônica permite a conveniência ímpar de reelaborar concepções que há muito não eram discutidas acerca dos textos e, por conseguinte, contemplar tanto os textos impressos quanto os textos eletrônicos a partir de um novo ponto de vista.

O objeto literário é definido por nós, então, como parte de um conjunto de textos que induzem uma reflexão intensa e uma conexão emocional duradoura, exigindo uma análise cuidadosa e, muitas vezes, uma revisita. Diante dessa definição, é pertinente considerar a visão de Rafael Barbosa (2018), que sustenta que as textualidades sonoras não podem ser enquadradas em uma categoria rígida e uniforme. Barbosa defende que essas textualidades formam um grupo rico e variado, que se diferencia substancialmente das textualidades escritas, independentemente de estas serem apresentadas em papel ou em formatos digitais.

## 2. Do cilindro ao *streaming*

Para compreendermos o contexto atual da literatura em áudio, é fundamental uma observação sobre a história dessa mídia. Para isso, nos valeremos primordialmente da investigação histórica apresentada por Matthew Rubery (2016), em seu livro *The Untold Story of Talking Books*.

Segundo Rubery (2016), os primeiros registros do que viria a ser reconhecido como “audiolivro” puderam ser registrados a partir de 1877, com a invenção do fonógrafo por Thomas Edison – 18 anos antes da publicação do livro de Uzanne. A partir da versão aprimorada do aparelho, foram possíveis as gravações de poemas – a de obras literárias extensas só viria a acontecer em 1930, com o incentivo da criação de livros em áudio para pessoas cegas ou com baixa visão, produtos que vieram a ser chamados de *Talking Books*, ou “livros falantes”. Foi apenas em 1994 que a associação dos editores de áudio (*Áudio Publishers Association*) começou a usar o termo “*audio books*” a se referir ao que aqui chamamos de audiolivros. No Brasil, há registros da tecnologia desde 1900, com a chegada da Casa Edison ao Brasil. O primeiro audiolivro, no entanto, foi registrado anos mais tarde, com contradições a respeito da data da estreia do formato no Brasil<sup>3</sup>.

ColbjørnSEN (2015) aponta para a complexidade de produção e consumo de audiolivros, uma vez que se trata de um som gravado e, portanto, envolve dispositivos para a gravação e para a reprodução posterior. Inicialmente, com a reprodução literária em áudio a partir do fonógrafo, o material era distribuído a partir de cilindros; depois, mostrou-se eficiente seu compartilhamento a partir de fitas cassete e CDs, e, com o advento do meio digital, a partir de arquivos MP3, que poderiam ser baixados e compartilhados (seja por meios físicos ou digitais).

Esse percurso também permitiu mudanças em relação ao papel do narrador. Inicialmente, aquele que lia o texto em voz alta era considerado um ledor, o que continuou acontecendo em momentos de gravação da leitura. Cabia ao ledor apenas a incorporação do texto através da voz, sem nenhum tipo de interferência artística. Com o passar do tempo, foi-se explorando as possibilidades do áudio, como o trabalho com a voz, efeitos sonoros e uso de música. No mercado profissional, aquele que lê o texto não é considerado mais apenas um ledor, mas sim um ator de voz, que conta na maioria das vezes com uma direção de arte e que é responsável por inserir emoções e por trabalhar com a sua voz de forma a transmitir diferentes mensagens durante a narração. Como explicitado por Pedro Atã e Baete Schirrmacher (2021), “a atuação do ator de voz pode destacar a experiência auditiva das palavras, do ritmo e das vozes de uma forma que também pode tornar textos literários complexos mais acessíveis” (p. 52)<sup>4</sup>.

É natural assumir que, com o avanço da tecnologia e a democratização dos processos de conteúdo, houve um impacto nas formas de consumo e de distribuição de audiolivros. Um

<sup>3</sup> Para aprofundar na história da literatura em áudio no Brasil, conferir Costa (2024) e Barbosa (2017)

<sup>4</sup> No original: “The performance of the voice actor can highlight the auditory experience of words, rhythm and voices in a way that can also make complex literary texts more accessible.”

dos principais alvos para esse meio – e seu respectivo mercado – são aplicativos móveis, uma vez que há um aparelho tocador de áudio no bolso de grande parte de seus consumidores.

Devido à evolução dos aplicativos voltados para a difusão musical<sup>5</sup> e à grande demanda por serviços que ocupassem menos memória definitiva, os audiolivros também começaram a ser distribuídos a partir do *streaming*, que permite um consumo de dados temporários a partir do uso da internet, transformando em realidade mais uma previsão feita por Albert Robida e Octave Uzanne, em “La Fin des Livres”,

Deitados em sofás ou embalados em cadeiras de balanço, eles desfrutarão silenciosamente de aventuras maravilhosas, a partir de tubos flexíveis que fornecerão a história em seus ouvidos dilatados pela curiosidade.

Seja em casa, seja em uma caminhada, percorrendo os locais mais notáveis e pitorescos, os felizes ouvintes experimentarão o prazer inefável de conciliar saúde e aprendizagem, exercitar ao mesmo tempo seus músculos e nutrir sua inteligência, porque passará a existir fono-operógrafos de bolso, úteis durante a excursão às montanhas dos Alpes ou através dos Cânions do Colorado. (Uzanne; Robida, 1895, s.p.).<sup>6</sup>

### 3. Literatura nascida em áudio

O que se conhece de forma geral por literatura em áudio surge a partir da leitura, realizada por um narrador, de um texto escrito. Por ser considerada uma mídia secundária e não independente, ela sempre esteve atrelada a livros e outros conteúdos impressos. Com o passar do tempo, porém, tanto o público quanto os agentes envolvidos no processo de criação – produtores, diretores, editores, agentes comerciais e pensadores do mercado –, notaram a oportunidade e a necessidade de se fazer algo novo, como o uso de mais de um ator de voz, a narração de livros feita por seus próprios autores e o convite de pessoas de renome para a participação em novas produções.

Ademais, a inovação deu lugar a uma literatura que nasceu de e para o áudio, com a possibilidade de um trabalho focado na transmissão e aprimorado a fim dela. Essa forma narrativa é, de acordo com Sara Linkis (2020), “textos escritos para o formato de áudio e moldados especificamente para acomodar uma experiência literária auditiva” (p. 409<sup>7</sup>), de forma a ser desfrutado não apenas por consumidores das outras mídias literárias – no caso, textos escritos –, mas também por aqueles que estão familiarizados apenas com o meio do

<sup>5</sup> A relação entre o mercado de edição musical e o de audiolivros é especialmente apontada por Colbjørnsen (2015).

<sup>6</sup> Do original: “Étendus sur des sophas ou bercés sur des rocking-chairs, ils jouiront, silencieux, des merveilleuses aventures dont des tubes flexibles apporteront le récit dans leurs oreilles dilatées par la curiosité.

Soit à la maison, soit à la promenade, en parcourant pédestrement les sites les plus remarquables et pittoresques, les heureux auditeurs éprouveront le plaisir ineffable de concilier l’hygiène et l’instruction, d’exercer en même temps leurs muscles et de nourrir leur intelligence, car il se fabriquera des phono-opéraphes de poche, utiles pendant l’excursion dans les montagnes des Alpes ou à travers les Cañons du Colorado.”

<sup>7</sup> No original: “texts that are written for the audio format and shaped specifically in order to accommodate an auditory literary experience”.

áudio. Por conta do seu contexto, esse produto apresenta seus aspectos particulares – assim como toda produção criada em diferentes meios técnicos – como destacadas pela autora:

Esta ênfase na história pode ser considerada em relação às histórias dos *Storytel Originals* pertencerem a gêneros populares, como a ficção criminal, a ficção científica, a fantasia e o romance. Eles são ajustados para o consumo de audiolivros, pois são histórias simples, fáceis de seguir para o ouvinte (presumivelmente) distraído. (Linkis, 2020, p. 414).<sup>8</sup>

A pressuposição de um ouvinte distraído é uma característica primordial da literatura nascida em áudio e vai além do senso comum. A pesquisa *Globo Podcast*, de outubro de 2020, constatou que apenas 8% dos participantes consumiam podcasts sem outra atividade concomitante. Em pesquisa realizada por Costa (2024), constatou-se que apenas 13,8% dos ouvintes de audiolivros não realizam outra atividade durante a escuta literária. Segundo a pesquisadora,

Essa integração destaca a flexibilidade e a acessibilidade dos audiolivros, permitindo que as pessoas desfrutem da literatura enquanto realizam tarefas ou participam de atividades que, de outra forma, exigiriam sua atenção total. Ela também ressalta a adaptabilidade dos audiolivros a diferentes ambientes e estilos de vida, tornando-os uma opção conveniente para pessoas com agendas lotadas ou que buscam entretenimento e enriquecimento durante as atividades cotidianas. (Costa, 2024, p. 101).

A distração, em vez de ser assumida como algo negativo, é tomada como uma característica inerente à mídia. Assim como em diferentes contextos, a linguagem se adequa para as regras aceitas pelos indivíduos participantes do processo comunicativo, a produção de conteúdo em áudio se estabelece a partir do que é de conhecimento dos interlocutores.

Com os olhos livres para navegar o mundo, o audiolivro se difere de um livro impresso por conta das diferentes experiências sensoriais: em vez de tocar um papel ou uma tela para avançar a história, as mãos do leitor de áudio também estão “soltas do compromisso com a leitura”. É tendo isso como ponto de partida que se inicia a discussão sobre o que é uma narrativa ideal para o áudio, levando em consideração seus aspectos particulares. Apoiado nessas informações e conceitos, desenvolve-se estratégias para envolver o ouvinte a partir dos meios disponíveis e proveitosos. O *Mofibo*, marca que faz parte da *Storytel*, serviço de *streaming* de *audiobooks* e *e-books* com assinatura sueca e referência na área de publicação de literatura nascida em áudio, traz o seguinte comentário em seu site a respeito das motivações da mudança e o que é alterado nas diretrizes de publicação de uma história para o áudio:

---

<sup>8</sup> No original: “This emphasis on the story may be considered in relation to the Storytel Originals stories belonging to popular plot-driven genres such as crime fiction, science fiction, fantasy, and romance. They are adjusted for audiobook consumption as they are straightforward stories, easy to follow for the (presumed-to-be) distracted listener”.

Nem todas as histórias escritas atingem todo o seu potencial como audiolivros. Por exemplo, o estilo de escrita pode ser pesado com metáforas, ter muitos personagens vagos demais ou uma linha de tempo perturbada que atrapalha a experiência auditiva. Em um Original, adaptamos a história e lhe damos uma cronologia mais direta, em que você segue personagens distintos com um objetivo claro em mente, sem comprometer a qualidade do conteúdo. (Mofibo, 2020, s.p.)<sup>9</sup>.

De acordo com Atã e Schirrmacher (2021), as qualidades que tornam um texto escrito ideal para o áudio não declaram o fim de uma narrativa complexa, mas demonstram as modificações que as novas mídias estão provocando nos atributos característicos da literatura. A supressão de uma narrativa com muitas elipses temporais e a clareza adotada pelo novo modelo, são atributos que demarcam o meio em que a história está sendo veiculada, seu contexto de criação e de recepção.

A relação entre as formas de áudio vinculadas ao rádio – e, portanto, mais consolidadas no cotidiano do ouvinte médio brasileiro – e a literatura em áudio foi explorada por Costa (2024). Dos respondentes da pesquisa elaborada pela pesquisadora, 75% dos ouvintes de audiolivros se declararam ouvintes de *podcasts*. Ouvintes de audiolivros e *podcasts* observaram que ambos os formatos estimulam a imaginação e o envolvimento com a história, devido à ausência de estímulos visuais, promovendo a criatividade.

Eles apontaram também a diferença na natureza do conteúdo, com *podcasts* sendo mais informais, e audiolivros apresentando narrativas estruturadas, o que influencia a interação e percepção do papel do ouvinte. A tendência de maior dispersão em *podcasts*, comparada à concentração nos audiolivros foi notada, assim como a distinção entre a participação passiva em *podcasts* e a mais ativa em audiolivros, evidenciando a diversidade de experiências no consumo de áudio. Tendo por base essas informações, observamos de perto a mídia *podcast* e sua relação com os *podbooks*.

#### 4. Podcast

Conforme panorama apresentado por Rodrigo Tigre (2020), podemos traçar a seguinte cronologia dos *podcasts*: em março de 1993, o jornalista John Markoff apresentou no *The New York Times* a ideia de um programa de rádio assíncrono transmitido por computadores, em que fosse possível “ouvir agora e ouvir depois”, sinalizando a competição entre redes digitais globais e os meios tradicionais de radiodifusão. Dois anos mais tarde, em 1995, *Ira Glass* lançou o *This American Life*, primeiro programa a distribuir semanalmente conteúdo radiofônico por rede para estações americanas, adotando o formato de episódios temáticos que inspiraria os futuros *podcasts*. Já em 2005, o *Yahoo!* estreou um mecanismo de busca e diretório de *podcasts*,

<sup>9</sup> No original: “Det er nemlig ikke alle skrevne historier, som kommer til sin ret som lydbog. Der kan være for mange sproglige metaforer, for mange og for vagt karakterer eller en opbrudt tidslinje som står i vejen for lydoplevelsen. I en Original adapterer vi istedet historien og giver den en klar tidslinje, hvor man følger tydelige karakterer med et klart mål i sigte - uden at gå på kompromis med indholdets kvalitet.”

popularizando agregadores de RSS, e naquele mesmo ano o termo “*podcast*” ganhou destaque no vocabulário ao ser eleito palavra do ano pelos responsáveis pelo *New Oxford American Dictionary*.

No Brasil, o formato desembarcou em 21 de outubro de 2004, com o episódio inaugural do *Digital Minds*, de Danilo Medeiros, considerado o primeiro *podcast* nacional e marco do início dessa nova mídia em nossa terra. Atualmente, de acordo com a *PodPesquisa 2024/2025*, estima-se que o Brasil conte hoje com cerca de 31,94 milhões de ouvintes de *podcasts*, dos quais 49,71% preferem o *Spotify* – serviço que oferece áudio ou vídeo. Quanto ao hábito de escuta, 40,23% ouvem diariamente e 23,56% chegam a reproduzir episódios mais de uma vez ao dia. Em relação ao conteúdo, notícias (23,79%) e entretenimento (23,07%) são os gêneros favoritos e a faixa de 30 a 60 minutos agrada 50,43% dos participantes.

O sucesso e a adesão dos ouvintes com o áudio se devem ao rádio. A história dos audiolivros (bem como todo o áudio) no Brasil está vinculada ao desenvolvimento do rádio, iniciado oficialmente em 1922. A introdução dessa mídia na sociedade modificou a relação do homem com o som. O fonógrafo, que gravava o som e o retransmitia, não alcançou tanto as massas, tampouco popularizou a transmissão do som de forma a transformá-lo em áudio quanto o rádio. Como apontado por Maryla Hopfinger (2017, p. 17-18)<sup>10</sup>:

o rádio definitivamente expandiu o “círculo auditivo do homem”, alterando a forma de percepção e sensação do mundo. Ao mesmo tempo, tornou claro que a percepção auditiva – embora distinta da visual – exige conhecimento e treinamento, e que as competências auditivas estão ligadas a um processo contínuo de aprendizado, adquirindo habilidades para reconhecer diversos códigos.

A “Era de Ouro do Rádio” entre as décadas de 1930 e 1960 marcou uma fase de influência cultural significativa, mas perdeu espaço com o surgimento da televisão. As narrativas radiofônicas se estenderam para audiodramas e outras formas. A produção democratizada, apoiada por tecnologia acessível e plataformas digitais, indica uma continuidade para as audiosséries, permitindo escolha autônoma de conteúdo pelos ouvintes.

A popularidade dos *podcasts* pode ser atribuída a alguns elementos-chave, como a simplicidade na produção, a flexibilidade para consumo a qualquer momento, a integração descomplicada na vida diária dos ouvintes e o contínuo crescimento da conectividade online. Esses elementos têm impulsionado este formato, consolidando-o como um dos meios de comunicação que mais se expandem no Brasil. Por outro lado, os ouvintes brasileiros adotaram entusiasticamente aos programas de áudio, que já estavam presentes no país há algum tempo, o que corrobora para a entrada de outras formas de narrativa em áudio.

<sup>10</sup> Traduzido com auxílio da LLM *Sabiá-3*, desenvolvido pela *Maritaca AI*. No original: “radio zdecydowanie zwiększyło „słuchokrąg człowieka”, zmieniło sposób percypowania i odczuwania świata. Zarazem uświadomiło, że percepcja słuchowa – choć odmienna od percepcji wzrokowej – wymaga wiedzy i treningu, że kompetencje audialne wiążą się z permanentnym procesem uczenia się, z nabyciem umiejętności rozpoznawania najrozmaitszych kodów.”

## 5. *Podbooks*

O *podbook* relaciona audiolivros e *podcasts* em uma nova modalidade digital. Ele combina o tamanho, a estrutura em capítulos e a narração de histórias típicas de audiolivros com o diálogo informal característico dos *podcasts*. O pioneiro nesse formato, *Como ser um rockstar*, lançado em 2019, conta a história da autora durante sua adolescência e início da juventude, em Brasília, na década de 1990. A narrativa abrange temas como desilusões amorosas, experiências musicais e outras memórias da jovem Mariana, compartilhadas com seu filho Eric Mafra. A participação do interlocutor é ativa, enriquecendo a narrativa com comentários e, ocasionalmente, incorporando o papel do ouvinte por meio de suas interjeições.

*Como ser um Rockstar* que chega agora nas livrarias, ganhou vida primeiro em forma de *podbook*: que tem a estrutura e narrativa de um *audiobook*, mas tem o ritmo e a linguagem de um *podcast*. E tem também o choque de gerações e de personalidades trazidos pela presença do Eric, um adolescente muito mais esperto e confortável na própria pele do que eu era. (Mafra, 2021, s.p., adaptado).

Mariana Mafra ganhou notoriedade na *podosfera*, inicialmente por suas aparições no *Nerdcast* e, em seguida, por conta de seu *podcast*, o *Gugacast* e o *Jujubacast*, bem como de outras participações na *podosfera*. Seu *podcast* foi criado em 2016 e contava com a participação de diversos convidados, que contam histórias próprias e também leem histórias de ouvintes sobre os mais variados temas. A experiência e o reconhecimento de Mariana no campo do áudio digital foram determinantes para o surgimento de uma nova forma literária.

Depois de o *Gugacast* ter algumas temporadas, tive a ideia de, em vez de escrever, trazer o Eric, que é meu principal interlocutor dessas histórias e que tem reações muito inusitadas, e fazer isso em um *audiobook*, mas, em vez de narrar a história, contar como uma conversa. Por isso, chamei de *podbook*. Ele é um *audiobook*, mas tem esse fio, essa característica do *podcast*. (Mafra, 2021, s.p., adaptado).

O *podbook* *Como ser um rockstar* foi um grande sucesso na plataforma de audiolivros *Storytel*, ficando em primeiro lugar por semanas. A partir da recepção do novo formato, sua criadora continuou a produzir conteúdo dessa forma. Seu segundo projeto, *Tudo é Música*, foi disponibilizado em 2021 através de uma plataforma própria e se mostra uma clássica narrativa transmídia ao expandir as discussões apresentadas pelo segundo narrador, Ricardo Alexandre, em seu livro homônimo de 2018.

Ricardo Alexandre também é um nome conhecido na *podosfera*, a partir de seu *podcast* Discoteca Básica, que apresenta o formato de audiodocumentário. O *host* apresenta, predominantemente, um panorama sobre discos musicais considerados fundamentais, tanto da música mundial como da nacional. Ricardo Alexandre também possui reconhecimento no meio literário, tanto por suas produções jornalísticas quanto trabalhador do meio musical, quanto

por seus livros sobre o mundo da música, personalidades e pontos de vista sobre outros assuntos.

Apesar de um *podbook* ser uma obra de ficção e o outro não, ambos apresentam semelhanças o suficiente para observarmos as características desse novo desdobramento da literatura em áudio. A primeira delas é o destaque para músicas em seu desenvolvimento. O *podbook* *Como Ser um Rockstar*, por exemplo, traz músicas para exemplificar momentos da narrativa. Com a inserção do registro sonoro, é possível compreender não só o que se quer transmitir através da letra escrita por um dos personagens, mas também o sentimento por trás de toda a composição a partir dos arranjos instrumentais e sonoros no geral<sup>11</sup>. Os comentários feitos com algumas traduções das letras das músicas e a conversa posterior a cada música sobre a recepção do Eric Mafra e suas opiniões a respeito do que lhe foi apresentado trazem algo até então novo no meio literário.

Em *Como ser um rockstar*, Mariana Mafra conduz a narrativa enquanto Eric Mafra oferece reações e comentários, criando uma atmosfera de diálogo que aproxima o ouvinte da experiência. Levando em consideração a semelhança que se busca aos *podcasts*, destacam-se a notoriedade e a preferência dos brasileiros em relação ao formato chamado de *botecocast*. De acordo com Tigre (2021), o *botecocast* é a versão tipicamente brasileira em que três ou mais pessoas conversam sobre determinado assunto, muitas vezes sem roteiro. Em *Como ser um rockstar*, Mariana Mafra conduz a narrativa, enquanto Eric Mafra oferece reações e comentários, criando uma atmosfera de diálogo que aproxima o ouvinte da experiência, lançando mão da abordagem conversacional, que já é reconhecidamente eficaz nos *podcasts*. Essa abordagem é, então, adaptada para os *podbooks*, fortalecendo o vínculo emocional com o público e enriquecendo a experiência auditiva.

O pesquisador de áudio Tom Webster, em seu artigo *Podcasting, Audiobooks, and the Third Thing*, de 2022, explora a fusão de *podcasts* e audiolivros como uma forma de conteúdo híbrido de palavra falada. Webster sugere que, ao combinarem elementos de ambos os formatos, os produtores podem inovar e aproveitar as sinergias entre eles, criando uma "terceiro elemento" que não é simplesmente um *podcast* ou um audiolivro, mas algo que aproveita o melhor de ambos para engajar o público de maneira única. Essa ideia de conteúdo híbrido reflete uma tendência de mercado em busca de novas formas de interação e monetização no universo do áudio digital. Sua descrição, em tudo, converge com a definição de um *podbook*, demonstrando que as possibilidades do áudio estavam no imaginário coletivo daqueles que conhecem e trabalham com essa mídia.

---

<sup>11</sup> Consideramos, concordando com Tatin (1996), que "Cada vez que se repete uma canção, recorda-se um fragmento de tempo." (p. 20). A inserção da música, com sua melodia e letra, corporifica e dá contornos físicos e sensoriais às ideias e emoções retratadas na história, ampliando os sentidos para além do que seria capaz tendo apenas o texto escrito.

## 6. Entre *podbooks* e audiolivros

De maneira geral, a literatura em áudio tradicional origina-se da leitura de textos escritos por um narrador, sendo vista como uma mídia derivada e dependente de conteúdos impressos. Contudo, com a evolução do mercado, tanto o público quanto os profissionais envolvidos na criação, incluindo produtores, diretores, editores e especialistas em mercado, perceberam o potencial para inovação. Isso incluiu a utilização de múltiplos atores de voz, a incorporação de elementos sonoros característicos da música e do rádio, e a exploração do potencial literário exclusivo do áudio.

Essa onda de inovação deu origem a uma literatura concebida e otimizada para o áudio, permitindo uma experiência focada na transmissão sonora. Conforme Linkis (2020, p. 409), essas novas narrativas são "textos escritos para o formato de áudio e moldados especificamente para acomodar uma experiência literária auditiva"<sup>12</sup>. Isso significa que são desfrutadas não só por leitores tradicionais, mas também por aqueles que têm no áudio sua principal forma de consumo de conteúdo. Esse novo produto literário, portanto, possui características únicas, refletindo as particularidades de sua criação em um meio técnico distinto, como enfatiza a autora:

Esta ênfase na história pode ser considerada em relação ao fato de as histórias dos *Storytel Originals* pertencerem a gêneros populares, centrados no enredo, como a ficção criminal, a ficção científica, a fantasia e a narrativa romântica. Eles são ajustados para o consumo de audiolivros, pois são histórias simples, fáceis de seguir para o ouvinte (presumivelmente) distraído. (Linkis, 2020, p. 414)<sup>13</sup>.

Ao longo dos anos, à medida que os audiolivros se consolidaram e ganharam reconhecimento como formas legítimas de expressão literária, houve um aumento nos debates acadêmicos e culturais sobre suas limitações e potencialidades, como demonstram estudos recentes (cf. Costa, 2024; Barbosa, 2018; Gonçalves, Nascimento Silva, 2024; Peçanha, 2025) e discussões em eventos como os Congressos Internacionais da ABRALIC e os Congressos Brasileiros das Ciências da Comunicação. Esse processo de compreensão do contexto dos audiolivros é essencial para entender como a literatura em áudio se manifesta atualmente e como pode continuar a evoluir, como é apresentado por Costa (2024, p. 76):

---

<sup>12</sup> No original: "[...] texts that are written for the audio format and shaped specifically in order to accommodate an auditory literary experience [...]."

<sup>13</sup> No original: "This emphasis on the story may be considered in relation to the *Storytel Originals* stories belonging to popular plot-driven genres such as crime fiction, science fiction, fantasy, and romance. They are adjusted for audiobook consumption as they are straightforward stories, easy to follow for the (presumed-to-be) distracted listener."

De acordo com Singh e Alexander (2022), textos mais curtos consumidos auditivamente podem levar a uma melhor memorização do que seus equivalentes impressos. Textos com vários elementos (diagramas, figuras, cabeçalhos) são mais adequados para o consumo por meio de impressos do que de audiolivros, pelo motivo óbvio de que o áudio não pode codificar imagens. Além disso, os textos impressos têm uma qualidade de permanência que não existe nos audiolivros. A impressão oferece aos leitores a opção de fazer uma pausa e refletir sobre as palavras ou de voltar ao texto lido anteriormente com muito mais facilidade do que a audição. A audição, como tal, é mais transitória, aumentando o desafio dos ouvintes de reproduzir um segmento anterior do texto, considerando especialmente que a maioria dos reprodutores de audiolivros apresenta apenas a possibilidade de retornar alguns segundos do texto, ou o capítulo inteiro, o que faz com que as frases costumeiramente sejam cortadas. Como Tom Webster (2022) critica, o modo de consumo de audiolivros faz com que, na maioria das vezes, seja necessário contextualizar imediatamente o que está ouvindo no momento com o que se lembra das sessões anteriores de audição, que podem ter ocorrido há horas ou dias.

A respeito de seu caráter literário, devemos observar que, conforme apontado por Marisa Lajolo (1983), para além do texto circular entre o autor e seu leitor, mostra-se necessário “para que uma obra seja considerada parte integrante do conjunto de obras literárias de uma dada tradição cultural, que ela tenha o endosso de certos setores mais especializados, aos quais compete o batismo de um texto como literário ou não literário” (p. 102).

Os canais competentes – que são as instâncias autenticadoras da literariedade – referendam os *podbooks* como literatura quando o aceitam em suas plataformas de audiolivros<sup>14</sup>, mídia já reconhecida como manifestação literária, mesmo que tida por inferior, uma vez que o ato da leitura seria feito por um terceiro, exigindo menos atividade daquele que usufrui da leitura, tornando-a uma atividade passiva e de menos atenção, tendo em vista a concomitância comum com outras demandas de atenção<sup>15</sup>. Essa validação por parte dos canais competentes inicia um longo processo para a legitimação dos *podbooks* no âmbito literário, indicando uma aceitação gradual dessa nova forma de narrativa como uma extensão válida e inovadora do conceito de literatura.

## Conclusão

Conforme apontado por Rubery (2016), a introdução de novas tecnologias nos renova a atenção e a consciência de outras já há muito estabelecidas. Em consonância com essa perspectiva, a análise do *podbook* nos leva a reconsiderar o papel do rádio, de *podcasts*, de audiodramas e de audiolivros. Essa reflexão estende-se à natureza performática do texto

<sup>14</sup> No momento de revisão do presente artigo, o *podbook* *Como Ser um Rockstar* não se encontra disponível na plataforma *Storytel*. Acredita-se que isso se trata de uma decisão pessoal da autora, não invalidando, portanto, a argumentação ora apresentada.

<sup>15</sup> Para se aprofundar nessa discussão, veja Costa (2024).

eletrônico que Hayles (2003) afirma ser essa uma característica inerente ao meio, independentemente das variáveis subjetivas dos usuários ou das variações entre diferentes versões do texto.

A textualidade eletrônica demonstra sua versatilidade através de múltiplas formas de manifestação, atendendo a uma gama diversificada de preferências. Isso inclui desde audiolivros e *podcasts* até séries em áudio e *podbooks*, cada um explorando diferentes aspectos da narrativa sonora. Essas variações permitem que o conteúdo em áudio se adapte a contextos e temas variados, ampliando o alcance e a relevância da literatura eletrônica na sociedade contemporânea. Isso nos chama a atenção ao que Johanna Drucker afirma:

O futuro da textualidade não está em efeitos especiais, na mecânica simples de letras dançando na tela, girando em exibição dinâmica, mas na reconceptualização prática e visionária do que constitui o campo da textualidade como um domínio de especulação porosa, multivalente, nodal e intertextual, indeterminado e rico em potencial para se renovar na extensão máxima de nosso engajamento crítico (2002, p. 689)<sup>16</sup>.

É notório que a evolução da textualidade reside na sua (re)conceptualização como um espaço de especulação dinâmico e interconectado, ao invés de depender de efeitos visuais. Hayles complementa essa visão ao destacar a imutabilidade do texto impresso em comparação com a adaptabilidade dos textos eletrônicos:

Além disso, o texto impresso normalmente não se move uma vez gravado na fibra do papel, ao contrário das animações, passagens de mouse etc. que cada vez mais caracterizam a literatura eletrônica. Nenhum documento impresso pode ser reprogramado depois que a tinta foi aplicada ao papel, enquanto os textos eletrônicos o fazem rotineiramente. Essas diferenças não significam, é claro, que o impresso seja inferior ao texto eletrônico, apenas que são distintos. Reconhecer essas diferenças não diminui a complexidade e a flexibilidade dos livros impressos, que possuem recursos distintos dos textos eletrônicos. No entanto, isso abre caminho para entender as especificidades da textualidade eletrônica e, assim, apreciar plenamente seus recursos. (Hayles, 2003, p. 274).

Em suma, a literatura em áudio, com o advento dos *podbooks*, representa uma evolução significativa no campo da textualidade eletrônica. A coexistência de audiolivros e *podcasts*, cada um com suas características distintas, demonstra a adaptabilidade e a inovação do meio literário digital. *Podbooks* exemplificam essa nova forma de narrativa, combinando a estrutura de audiolivros com a informalidade e interatividade dos *podcasts*, apresentando um terceiro elemento, como apontado por Tom Webster, e recebem validação por plataformas de

<sup>16</sup> No original: “The future of textuality is not in special effects, the simple mechanics of letters dancing on the screen, whirling in dynamic display, but in the practical and visionary reconceptualization of what constitutes the field of textuality as a realm of porous, multivalent, nodal and intertextual speculation, indeterminate and rich with potential to renew itself to the fullest extent of our critical engagement.”

audiolivros, o que reforça sua inserção no âmbito literário. Essa nova forma literária reflete a capacidade do áudio de engajar e envolver o público, adaptando-se ao contexto de um consumidor frequentemente “multitarefa” e abrindo caminho para uma apreciação mais ampla das potencialidades literárias no formato digital.

## Referências

- ATÃ, P., SCHIRRMACHER, B. Media and modalities: Literature. *In: Intermedial Studies*. Routledge, 2021. p. 42-55.
- BARBOSA, R. O. Ouvidos para ler: contextualizando audiolivro, leitura e entretenimento. *Revista Brasileira de História da Mídia*, v. 6, n. 01, 2017.
- BARBOSA, R. O. *Audiolivros e edição*: projeto acústico-editorial. Tese de doutorado em Comunicação Social. Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018.
- COLBJØRNSEN, T. *The accidental avant-garde*: Audiobook technologies and publishing strategies from cassette tapes to online streaming services. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 13. 2015. p. 83-103.
- COSTA, L. P. M. *Audiolivros e a literatura em áudio*. Dissertação de mestrado em Letras. Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, 2024.
- DRUCKER, J. *Theory as praxis*: the poetics of electronic textuality. *Modernism/modernity*, vol. 9, n. 4, 2002. p. 683-691.
- GONÇALVES, S. S.; NASCIMENTO SILVA, P. Plataformas de Audiolivros no Brasil: perspectivas e percepções. *Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação*, [S. l.], v. 20, p. 1-27, 2024. Disponível em: <https://rbbd.febab.org.br/rbbd/article/view/1968>. Acesso em: 20 ago. 2025.
- HAYLES, N. K. *Translating media*: Why we should rethink textuality. *The Yale Journal of Criticism*, v. 16, n. 2, 2003. p. 263-290.
- HOPFINGER, M. *Radio–platforma audialna*. *Acta Universitatis Lodziensis. Folia Litteraria Polonica*, v. 39, n. 1, 2017. p. 15-21.
- Hvad er en Mofibo Original? Mofibo Danmark. Disponível em: <https://support.mofibo.com/hc/da/articles/115001070410-Hvad-er-en-Mofibo-Original->. Acesso em: 05 jul. 2022.
- LAJOLO, M. O que é literatura. *In: O que é arte, literatura e música*. São Paulo: Círculo do Livro, 1983. p. 91-152.

LINKIS, S. T. *Resonant Listening: Reading Voices and Places in Born-Audio Literary Narratives*. Canadian Review of Comparative Literature/Revue Canadienne de Littérature Comparée, v. 47, n. 4. 2020. p. 407-423.

MAFRA, M. Como ser um rockstar. *Sobre o livro*, 2021. Disponível em: <https://comoserumrockstar.com/sobre/>. Acesso em: 15 nov. 2021.

MAFRA, M. *Como ser um rockstar. Podbook*. Intérpretes: Mariana Mafra e Eric Mafra. [S.l.]: Storytel, 2019. Disponível em: <https://www.storytel.com/br/pt/books/como-ser-um-rockstar-571353>. Acesso em: 15 nov. 2021.

MAFRA, M. *Tudo é Música. Podbook*. Intérpretes: Mariana Mafra e Ricardo Alexandre. [S.l.]: Podbook, 2021.

O LIVRO synchronized. *Folha da Manhã*, São Paulo, 15 jan. 1938. p. 6. Disponível em <https://acervo.folha.com.br/leitor.do?numero=20949&keyword='livro+falado'&anchor=216171&origem=busca&originURL=&maxTouch=0&pd=c4597d11ed86a6f3cb0d3bfaf7c66db8>. Acesso em: 20 jun. 2023.

PEÇANHA, A. S. P. *A produção e consumo de audiolivros no Brasil*. Trabalho de Conclusão de Curso em Biblioteconomia. Universidade Federal de Santa Catarina. 2025.

PODPESQUISA. *Resultados PodPesquisa 2024/2025 da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod)*. Disponível em: [https://abpod.org/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa\\_2024\\_2025FINAL-1.pdf](https://abpod.org/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa_2024_2025FINAL-1.pdf). Acesso em: 20 mar. 2025.

RUBERY, M. *The untold story of the talking book*. Harvard University Press, 2016.

SINTONIA COM A SOCIEDADE. *O sucesso dos podcasts*. In: Gente | Uma Conexão Globo. Disponível em: <https://gente.globo.com/o-sucesso-dos-podcasts/>. 6 de abril de 2021. Acesso em: 05 jul. 2022.

TIGRE, R. *Podcast S/A: Uma revolução em alto e bom som*. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2021.

UZANNE, O. *La Fin des Livres*. Paris: May et Motteroz. 1895. Disponível em <https://www.gutenberg.org/ebooks/2820>. Acesso em: 05 jul. 2022.

VARAO SOUSA, T. L.; CARRIERE, J.; SMILEK, D. *The way we encounter reading material influences how frequently we mind wander*. Frontiers in psychology, v. 4, 2013. p. 1-8.

WEBSTER, T. *Podcasting, Audiobooks, and the Third Thing*. I hear things. [S.l.] 2021. Disponível em: <https://tomwebster.media/podcasting-audiobooks-and-the-third-thing/>. Acesso em: 01 mar. 2024.

**Data de submissão:** 27/07/2025  
**Data de aceite:** 01/09/2025