

Blankcast

João Pedro de Oliveira dos Santos¹
Sadrac Nunes²
Hedhuy Tenório Vieira³
Yanic Diener Braga⁴
Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF.

RESUMO

O podcast é um programa de rádio transmitido pela internet. Com a rede mundial de computadores surgiram novos fenômenos e movimentos, como a atual ascensão da cultura pop nas grandes mídias. Este trabalho foi desenvolvido na disciplina de Convergência realizada no segundo semestre de 2018 na Universidade Católica de Brasília e tem como temática o universo *geek*, *nerd* e da cultura *pop*.

PALAVRAS-CHAVE: Podcast; Cultura Pop; Conteúdos Digitais; Cinema; Multimídia

INTRODUÇÃO

No início do século XX, o surgimento do rádio revolucionou o mundo na forma como víamos os meios de comunicação, utilizando do mesmo princípio tecnológico da radiotelefonía. Foi descoberto o uso mais elaborado das ondas eletromagnéticas, cujo início foi como uma teoria do físico James Clerk Maxwell, que teve sua comprovação em 1863, por meio de experimentos feitos pelo físico alemão Heinrich Rudolf Hertz. Ao comprovar que o efeito combinado da eletricidade e do magnetismo manifesta-se no espaço como um campo que se propaga na velocidade da luz, na forma de vibrações ondulatórias.

Desde a invenção do rádio até seus primeiros programas de entretenimento no ar, ocorreu processo de evolução e massificação, pois, “a obtenção da tecnologia necessária para transmitir sons usando ondas eletromagnéticas não significa o surgimento do rádio” (FERRARETTO, 2001)⁵, tendo isso em mente, podemos citar o

¹ Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UCB, e-mail: jpnense@gmail.com

² Estudante de Graduação do 6º semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UCB, e-mail: sadrac.ucb@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação do 5º semestre do Curso Jornalismo da UCB, e-mail: hedy.tenorio@hotmail.com

russo David Sarnoff, radicalizado nos Estados Unidos, sendo a primeira pessoa a apresentar a ideia do rádio como um meio de comunicação de massa e entretenimento.

“Embora o senso comum atribua a invenção do rádio ao italiano Guglielmo Marconi, pode-se afirmar que a radiodifusão sonora constitui-se no resultado de vários pesquisadores em diversos países ao longo do tempo” (FERRARETTO, 2001)⁶. Sem dúvidas, a tecnologia, presente no rádio, foi desenvolvida e pesquisada ao longo dos anos para que assim chegasse até o formato como é visto hoje. A autoria desta descoberta, como já citado, foi de Marconi, porém a suprema corte dos Estados Unidos julgou a patente sendo de Nikola Tesla, após o mesmo ter começado uma disputa judicial contestando a posse de patente de Guglielmo Marconi.

A autoria do invento do rádio também foi contestada por outros pesquisadores, como pelo brasileiro Roberto Landell de Moura que, ao mesmo tempo em que eram realizadas pesquisas na Europa e nos Estados Unidos, fazia suas próprias pesquisas e experimentos no Brasil. Porém, por falta de documentos que comprovem a autoria da invenção ao brasileiro, esta e outras contestações a respeito da autoria do invento perderam força.

Com a ascensão do rádio como novo meio de comunicação, o mesmo, ganhou diversos formatos e propósitos de uso, dentre eles temos, os programas rádio jornalísticos, as radionovelas, enquetes de humor, programas esportivos, etc. Este período entre as décadas de 20 e 60 é marcado pela “Era de Ouro” no rádio, onde grande parte da verba publicitária era destinada a este meio, porém, a partir da década de 60 o rádio sentiu o impacto de outro meio de comunicação de massas, a televisão.

Já no século XXI nos deparamos com o grande fluxo de acessos a internet, e com o fenômeno da convergência das mídias, descrito por Henry Jenkins em seu livro, **Cultura da convergência**: “por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia (...) e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação.” (JENKINS, 2015)⁷.

Após o rádio ter perdido boa parte do seu espaço comercial, devido à invenção da televisão, o mesmo ganhou³ um novo formato por meio da convergência das mídias,

⁵FERRARETTO, Luiza Arthur. **Rádio**: O Veículo, uma História e Técnica. 2 ed. Porto Alegre, Rs: Editora Sagra Luzzatto, 2001. 88 p.

⁶idem, 80 p.

este novo formato foi chamado de “*podcasting*”. O termo foi formado a partir da junção das palavras *broadcasting*, palavra inglesa equivalente a radiodifusão, e *pod*, vindo do aparelho *iPod*, a sigla para “*Personal On Demand*” (Personalizado sobre demanda). Este termo se refere à forma de publicação de arquivos multimídia na internet, contendo arquivos de áudio, fotos, *links*, etc..

No Brasil, segundo a pesquisa Kantar IBOPE Media⁸ de 2018, 3 a cada 5 pessoas escutam rádio todos os dias. O tempo médio em que cada ouvinte passa sintonizado é de cerca de quatro horas por dia. Ainda segundo a pesquisa, 31% da população entrevistada apontou que já usou algum serviço de streaming para ouvir música, já o tempo médio conectado desses ouvintes foi de aproximadamente 2 horas por semana.

Dentro da rede mundial de computadores a mestre em comunicação Rachel Severo Alves Neuberger⁹ vê a categorização de dois tipos de rádio na internet, se referindo, à rádios tradicionais, que já tem estrutura profissional e que buscam ampliar seu alcance por meio da rede mundial, e as rádios de baixa estrutura, que por sua vez utilizam do espaço virtual tanto para a veiculação dos programas quanto para a interação com o público.

Em 2004 foi criado o primeiro podcast brasileiro, por Danilo Medeiros, o podcast “*Digital Minds*”, Surgiu como parte do blog de mesmo nome, mas foi descontinuado no mesmo ano em que começou. Ainda em 2004, foram lançados outros podcast, como o podcast do Gui Leite, criado em 15 de novembro.

Sabemos que os meios de comunicação e as relações entre eles estão sempre em mudança e com a internet, estas mudanças se tornaram cada vez mais rápidas, da mesma forma, ou melhor, na mesma velocidade que funciona a cabeça de nossos estudantes de comunicação, sempre conectados neste fluxo de informações; Tendo isso em vista, buscamos, por meio deste projeto, abrir um espaço para que os estudantes pudessem expor suas ideias e pensamentos de forma espontânea. Entretanto, para que

⁷JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Nova Edição - Ampliada ed. São Paulo: Editora Aleph, 2009. 30 p.

⁸KANTAR IBOPE MEDIA. **Livro de rádio 2018**. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2018/09/book-de-r%c3%a1dio-2018_final.pdf>. Acesso em: 10 mar. 2019

⁹NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias**. 1 ed. Bahia: Editora UFRB, 2012. 128 p.

isso seja possível, o projeto precisaria ter um formato confortável e convidativo aos estudantes. A ideia deste formato está empregada no nome do *podcast*, “*Blankcast*”, O termo foi formado a partir da junção das palavras *broadcasting*, palavra inglesa equivalente a radiodifusão, e *blank*, palavra, também inglesa, que tem como significado algo em branco, vazio, a ser preenchido. Pois, desta forma, o projeto pode ser moldado de acordo com a mente de nossos estudantes de comunicação.

OBJETIVOS

Tivemos como objetivo a elaboração de um produto que estivesse relacionado à convergência das mídias e, por meio dele, colocamos em prática os conceitos e conhecimentos aprendidos na Disciplina de Convergência, e também, graças à realização do projeto, nós ficamos satisfeitos em poder atender a carência do podcast no ambiente universitário. Além de poder aprender mais com esta nova forma de linguagem.

JUSTIFICATIVA

Apesar da Universidade Católica de Brasília ter laboratórios e estrutura técnica para a criação de programas de rádio, há pouco incentivo e registro de trabalhos criados nestes laboratórios. Com o objetivo de suprir esta carência e de incentivar a produção e uso destes espaços, foi desenvolvido na disciplina de Publicidade e Convergência Digital o “*Blankcast*”.

MÉTODOS E TÉCNICAS

Para a produção do podcast foi utilizado o laboratório de rádio da Universidade Católica de Brasília, no qual os estudantes, com o auxílio de um operador de áudio, marcaram encontro presencial com objetivo de debater a pauta tema do programa. Para edição do arquivo de áudio foi utilizado o *software* Adobe Audition, o método de edição consistiu no uso das ferramentas presentes no *software*, como: cortar, marcar, sobreposição de áudio, equalização de sons, entre outros. Mais elementos também foram adicionados, como músicas e trilhas sonora temáticas, com o intuito de enriquecer o produto final.

DESCRIÇÃO DO PROCESSO E DO PRODUTO

Para a realização deste projeto os alunos seguiram as etapas presentes criação de um produto, se iniciando na pré-produção, onde os estudantes buscaram conhecer mais sobre a história e o surgimento do podcast, buscando referenciais teóricos que explicassem os fenômenos e movimentos relacionados a nesta nova mídia.

Ainda na pré-produção, foi utilizada a metodologia Canvas para modelos de negócios, onde os estudantes puderam dar um direcionamento do projeto e também do público alvo do mesmo; Neste mesmo processo os estudantes debateram e decidiram a pauta tema do programa, a escolhida foi “as cenas que no emocionaram”. A partir deste ponto partimos para a produção do projeto, que em um primeiro momento, consistiu no encontro dos estudantes para a gravação do podcast. Por fim a etapa final, onde foi feita a pós-produção, que consiste no tratamento de áudio, edição e a adição de elementos que pudessem enriquecer e dar mais valor ao produto.

- O que é? Podcast é uma maneira de distribuição de arquivos de multimídia pela internet, seja contendo *playlist* de música ou até mesmo opiniões e conversas sobre determinados assuntos.
- Para quem? Público jovem que consome cultura *pop* seja, cinema, séries, *animes* ou desenhos.
- Como? A gravação foi feita em um estúdio com diálogos gravados por microfone na pré-produção, logo depois editado e mixado de maneira que seja consumível e distribuído em plataformas digitais.
- Quando? Produzida para que seja consumido a qualquer momento e em qualquer lugar, desde que se tenha uma conexão via internet.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A realização deste projeto foi de grande aprendizado para os estudantes envolvidos, e o mesmo, não seria possível sem o apoio e o incentivo dado aos professores e aos estudantes pela Universidade Católica de Brasília. Pelo ponto de vista dos estudantes, conclui-se então que, o incentivo a projetos inovadores são uma ótima forma de adquirir e executar conhecimentos de forma prática, tornando ainda mais enriquecedor o ambiente acadêmico.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência** . Nova Edição - Ampliada ed. São Paulo: Editora Aleph, 2009. 30 p.

KANTAR IBOPE MEDIA. **Livro de rádio 2018** . Disponível em: <
https://www.kantaribopemedia.com/wp-content/uploads/2018/09/book-de-r%c3%a1dio-2018_final.pdf >.
Acesso em: 10 mar. 2019

NEUBERGER, Rachel Severo Alves. **O rádio na era da convergência das mídias** . 1 ed. Bahia: Editora UFRB, 2012. 128 p.

FERRARETTO, Luiza Arthur. **Rádio** : O Veículo, uma História e Técnica. 2 ed. Porto Alegre, Rs: Editora Sagra Luzzatto, 2001. 88 p.

FERRARETTO, Luiza Arthur. **Rádio** : O Veículo, uma História e Técnica. 2 ed. Porto Alegre, Rs: Editora Sagra Luzzatto, 2001. 80 p.