

Agora Vai Podcast:¹

Fernanda de Sousa NOGUEIRA²

Andressa Silva de OLIVEIRA³

Lairtes Chaves RODRIGUES FILHO⁴

Ariane COMINETI⁵

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

RESUMO

O “Agora Vai Podcast” é um produto de conteúdo sobre cultura pop e que consiste em quatro programas pilotos e experimentais sobre cinema, televisão e música. Com temáticas como princesas, heróis, personagens, e ícones da música pop, o podcast tem a liberdade de transmitir conteúdo de maneira criativa, associado à possibilidade de interação pelo canal das mídias digitais. O programa foi pensado para ser veiculado na internet, favorecendo a autonomia dos acadêmicos na criação e edição do conteúdo e identidade sonora. Durante a realização do podcast foi possível realizar experimentos de formatos, linguagens, liberdade de produção, redação e edição, que permitiram conhecer potencialidades da prática do radiojornalismo e do conteúdo radiofônico na internet, que puderam ser testados com base nos produtos finalizados e comparados no dia-a-dia com as produções tradicionais do radiojornalismo.

PALAVRAS-CHAVE: Podcast, entretenimento, conteúdo, radiojornalismo.

1 INTRODUÇÃO

Agora Vai é um podcast sobre cultura pop que aborda temáticas como cinema, televisão e música.

São quatro programas experimentais, realizados pelas acadêmicas Andressa Oliveira, Fernanda Nogueira, Isabela Hisatomi e Jacqueline Gonçalo, que transitam entre formatos de curiosidades e bate-papo.

O formato de podcast foi escolhido devido à liberdade de produção de conteúdo e veiculação on-line que permitem às acadêmicas abordarem praticamente qualquer assunto de forma objetiva e informativa.

¹ Trabalho submetido ao XXIII Prêmio Expocom 2016, na Categoria Rádio, TV e Internet, Modalidade: RT05 - Produção Audiovisual para mídias digitais (avulso ou seriado).

² Aluno líder do grupo e estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFMS, email: nandas.nogueira@hotmail.com.

³ Estudante do 7º. Semestre do Curso de Comunicação Social da UFMS, email: oliveirasilva.andressa@gmail.com.

⁴ Orientador do trabalho. Mestre em Comunicação na UFMS, e-mail: lairtesc@gmail.com.

⁵ Co-Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da UFMS, email: arianecomineti@gmail.com.

Diferente de produtos com embasamento mais jornalístico, o podcast Agora Vai proporciona às acadêmicas uma experiência não tão comum no mercado de trabalho, e aos ouvintes uma aproximação e divertimento.

A liberdade de trabalhar com temáticas atuais e divertidas torna os programas uma conversa entre amigos, aproximando locutoras e ouvintes, levando os espectadores para dentro do programa. Com a intenção, criada pela linguagem e identidade sonora, de gerar identificação e nostalgia.

Quando se pode trabalhar com uma temática e uma plataforma que agrada tanto a quem ouve como a quem produz, o resultado é um produto divertido, leve e descontraído.

2 OBJETIVO

Objetivo Geral:

Ser um canal de entretenimento, com informações e opinião a respeito de temas diversos da cultura pop, cinema e música, utilizando-se das ferramentas e técnicas do radiojornalismo e das potencialidades das mídias digitais.

Objetivos Específicos:

- Ter uma linguagem informal para se aproximar do público como se o ouvinte participasse de uma conversa com as locutoras;
- Levar o ouvinte a usar sua criatividade ao remeter elementos de nostalgia em filmes e animações de outros tempos;
- Estimular o uso da linguagem radiofônica na internet como meio de comunicação para divulgar informações sobre assuntos culturais;
- Utilizar da internet como forma de maior alcance ao público independente, transpondo limitações geográficas;
- Exercitar os diferentes gêneros e técnicas radiofônicas;
- Proporcionar experiência de gravar um programa com roteiro e de forma livre;
- Executar e editar os podcasts autonomamente.

3 JUSTIFICATIVA

O rádio é em si mesmo uma mídia mutante. Com a chegada e ascensão da internet o processo de modernização dos meios de comunicação encontrou da mídia radiofônica formas ágeis de convergir com novas linguagens e formatos, inclusive reconstruindo conceitos e as técnicas que conduziram os produtos transmitidos pelas ondas hertzianas por décadas.

A produção dos podcasts Agora Vai, encontra-se nesse cenário de mutações, inovação e possibilidades. De refletir no senso crítico da disciplina de Laboratório de Radiojornalismo da UFMS, potencialidades no uso das linguagens e técnicas da prática radiofônica no espaço da convergência e da criação para mídias digitais.

Essas linguagens e tecnologias inseriram conceitos de personalização e individualidade, e exploraram novas e mais contemplativas formas de interatividade para o que até então existia como meio de comunicação de massa. Rodrigues Filho (2014) afirma que:

Em tempos de internet, a oralidade e o áudio não diminuíram foram diminuídos no que tange à importância ou presença; mas ativaram a necessidade de composição digital de formatos sonoros funcionais em diversos codecs, players, com qualidade superior ao conhecido pelas tecnologias analógicas, e ao mesmo tempo leves e portáteis para reprodução em meios digitais. Ao invés de se omitir, a linguagem radiofônica se renovou ganhou espaço na era dos meios digitais web (RODRIGUES FILHO, 2014, p.1).

Consideramos que com as mídias digitais, o ouvinte é ainda mais ativo em seu poder de escolha e decisão sobre o que deseja consumir. Ele tem liberdade para montar seu próprio feed de conteúdo, de pausar e dar play, de assistir e ouvir determinada mídia pelo tempo que quiser, em múltiplas abas no navegador de internet. A necessidade de produzir um material que seja interessante, inovador e que consiga chegar (e segurar) a atenção desses usuários é um desafio e uma realidade para o radiojornalismo e para o jornalismo como campo profissional.

Todo esse complexo informacional acaba por representar as identidades próprias do rádio e das linguagens da internet, e ganharam espaço conforme se relacionam e se diferenciam nos modos de produção, de consumo e de interação múltipla; em destaque para “o que alguns teóricos chamam de “auge da comunicação personalizada” a partir da linguagem radiofônica: os podcasts, que descentralizam a produção apesar de utilizar os mesmos elementos de forma e linguagem do rádio analógico” (Op. Cit.).

A palavra Podcast, tem sua origem em dois elementos da língua inglesa: Pod, de iPod, o equipamento reproduzidor de músicas digitais em formato de arquivos desenvolvido pela Apple; e Cast, derivada da palavra *broadcast*, ou seja, transmissão de sinais de rádio, TV. Esse tipo de transmissão permite que o usuário ouça o programa quando quiser e onde quiserem, de forma assíncrona, bastando ter uma conexão de internet.

Cláudia Saar (2013) oferece uma explicação bastante didática sobre a diferença entre a produção de podcast e no rádio tradicional, principalmente em relação ao acesso do usuário. Nas palavras da autora:

O podcast é diferente do rádio na internet, nele não é preciso fazer sintonia de estação. O usuário deve fazer assinatura de um canal de podcast e assim o conteúdo é baixado automaticamente no computador do internauta, utilizando o provedor via RSS. Mas para que o usuário de internet consiga baixar o podcast direto em seu computador é necessário que seja instalado um agregador de informação em sua máquina (SAAR, 2013, p.8).

Da mesma forma, mídias síncronas como as webrádios são caracterizadas por transmissão em tempo real, mesmo sistema de transmissão das rádios sintonizadas pelo receptor de rádio e trata-se de uma veiculação em streaming. Nair Prata (2009) definiu webrádio por:

Tecnologia para envio de áudio e vídeo pela Internet, permitindo ao usuário ver e ouvir o conteúdo, a medida que o arquivo é transferido. Possibilita, entre outras, a transmissão ao vivo de programas de rádio ou televisão (PRATA, 2009)

Essas novas linguagens síncronas ou assíncronas vieram de adaptações da linguagem radiofônica consolidada na mídia eletrônica, de modo que para se produzir um podcast, apesar de toda a liberdade criativa e da linguagem informal, se mantém a duração comum dos gêneros do rádio tradicional quando há mescla de determinados formatos radiojornalísticos.

Um podcast pode ter reportagens, comentários, notícias, músicas, normalmente a partir de um eixo gerador de conteúdo, com ou sem roteiro formalizado (é comum ouvirmos produtos em que se percebe apenas uso de tópicos para não perder os assuntos).

Segundo Luiz & Assis (2010), o primeiro podcast no Brasil foi criado por Danilo de Medeiros, o Digital Minds, e 21 de outubro de 2004; e a primeira premiação do gênero aconteceu em maio de 2008 idealizada por Eddie Silva. A principal característica dos podcasts brasileiros: a individualização. Reforçam o fenômeno da produção individual

de conteúdo presente na cibercultura (descentralização da produção), tão trabalhada por Pierre Levy e Lisboa

Entendemos o Podcast como uma forma de expressão cultural de uma sociedade digitalizada, que contribui para o desenvolvimento de formas individualizadas de produção, disseminação e armazenamento da informação (BOTTENTUIT JR; COUTINHO & LISBOA, 2009).

A produção do podcast pressupõe o conhecimento básico do ferramental tecnológico, mas prescinde do domínio das técnicas de produção sonora aplicáveis aos meios de comunicação. A maior parte deles é conduzida de forma intuitiva e sob o forte referencial da linguagem radiofônica, ao mesmo tempo em que, afastados da rigidez da técnica, estão abertos para combinações e formatos inusitados.

A mesma linguagem potencializa o uso e produção transmídia, conceituada por Fechine e Figueiroa (2009) como: universo no qual os personagens se inserem em diversas possibilidades narrativas por meio da transmediação. Esse fenômeno é chamado de transmedia storytelling ou narrativa transmídia e “envolve a criação de universos ficcionais compartilhados pelos diferentes meios, cabendo a cada um deles desenvolver programas narrativos próprios, mas de modo articulado e complementar com os demais” (Op. Cit., p.3).

Como exemplo, podemos citar as interações e prática de spoiling no Podomatic – fórum de podcasts – acerca de livros, séries, mangás, animes e HQ’s como Avengers, Game of Thrones, etc. No âmbito da academia brasileira, os pesquisadores de rádio e comunicação tem se esforçado para estudar essa nova linguagem, de modo que o que tem prevalecido é que podcasts não se configuram como linguagem radiofônica, mas fonográfica. Meditsch (1999 apud Bufarah, 2003) classifica modelos de difusão de áudio como o do podcasting como sendo um tipo de serviço, na verdade, fonográfico, “não se caracterizando como radiofônico por não ser emitido em tempo real”.

É nesse contexto em que os podcasts Agora Vai foram feitos. Como produtos radiofônicos, experimentais, a fim de significar os afetos e o processo de criação para atrair os ouvintes das mídias digitais como já falamos e ainda explicaremos a seguir.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Cada um dos programas do Agora Vai foi um experimento diferente, desta forma, os métodos de produção de pauta e roteiro e as técnicas de locução são diferentes em cada um deles, assim foi possível perceber evoluções e falhas durante o processo.

O primeiro podcast produzido teve a temática “Disney”, para este programa foi realizada uma pesquisa profunda em várias listas de curiosidades, podcasts já produzidos sobre o assunto, e filmes sobre Walt Disney.

Assim, o roteiro foi produzido em tópicos com curiosidades e cada uma das locutoras se revezavam e a cada tópico todas poderiam fazer comentários sobre o tópico abordado, de forma livre e opinativa.

Na edição, a trilha escolhida não poderia ser diferente, com trilhas sonoras de filmes da Disney.

O segundo programa teve “super-heróis” como temática, como é um tema amplo, que pode envolver quadrinhos, cinema e televisão, o foco foi reduzido para o universo Marvel.

Assim como o primeiro programa, esse também foi roteirizado em tópicos de curiosidades selecionados depois de pesquisa realizadas sobre o tema. A locução foi alternada, porém dessa vez, sem muitos comentários.

Na trilha foram utilizados os famosos temas de ação dos filmes de super-heróis.

Já com a experiência dos programas anteriores, na produção do terceiro, as acadêmicas resolveram praticar outro tipo de roteiro. A temática escolhida dessa vez foi “Séries de TV”.

Nesse programa, em vez de um roteiro fechado, com tópicos de curiosidades, as acadêmicas optaram por um roteiro aberto, mais pessoal, com liberdade de comentários.

Foram selecionados tópicos a serem desenvolvidos no decorrer do programa, cada acadêmica selecionou os temas que abordariam e fez sua própria pesquisa para embasamento dos comentários.

Na edição da trilha, houve a preocupação de casar, em alguns momentos, a trilha sonora da série que era citada no programa e dessa vez com a preocupação de ficar com o volume bem mais baixo, já que a locução do programa é mais livre que os anteriores, para não confundir os ouvintes.

Para o quarto e último programa a temática foi musical, “Músicas da infância”. Esse foi o roteiro mais livre. Praticamente uma conversa gravada. Sem tópicos pré-estabelecidos, o decorrer do programa se desenrolou de maneira natural, como as locutoras já tinham experiência dos programas anteriores, esse pode ser gravado quase sem roteiro devido o entrosamento das acadêmicas.

A trilha também foi pensada de maneira mais “livre”. Todo o BG é uma playlist de músicas dos anos 90 e 2000.

Após a edição e renderização dos programas, os vídeos foram publicados na plataforma do soundcloud onde os programas tiveram um numero de ouvintes inesperados, assim, para maximizar o acesso e distribuição do podcast foi criado um canal no Youtube no endereço <https://www.youtube.com/channel/UC0MA8nk5VUBEnDtBb6fJNRw> onde foram disponibilizados os quatro programas já produzidos, e também onde serão publicados possíveis programas gravados no futuro.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Os dois primeiros programas foram gravados em um gravador com microfone, os outros dois foram gravados com celular. A edição de todos os programas foi realizada com os softwares Audacity e Sony Vegas.

Todos os programas começam com a mesma trilha de abertura, seguidos de uma introdução sobre o produto e o tema, com apresentação das locutoras Andressa Oliveira, Fernanda Nogueira, Isabela Hisatomi e Jacqueline Gonçalo.

O programa Curiosidades Disney tem 20:17 minutos de duração, divididos em quatro subtemas, curiosidades sobre Walt Disney, Princesas, Curiosidades Gerais e Parques Temáticos. Além das curiosidades, no final do programa as locutoras respondem perguntas sobre o tema. Para esse programa as locutoras escolheram suas princesas e filmes favoritos.

Entre as curiosidades roteirizadas, as locutoras comentam sobre suas experiências nostálgicas com os filmes, contando um pouco das suas impressões sobre os filmes com comentários cômicos ou acréscimo de informações. No “bloco” sobre os parques por exemplo, a locutora Isabela Hisatomi, que já foi até a Disney, conta um pouco como foi a experiência. A trilha sonora foi construída com músicas de filmes como branca de neve, pinóquio e rei leão, que levam ao ouvinte uma memória afetiva sonora.

O programa Universo Marvel tem 19:49 minutos de duração, divididos em cinco subtemas: Curiosidades Marvel, Vingadores, Quarteto Fantástico, X-Men, Curiosidades das Franquias e Lançamentos. Esse tema não é especialidade de nenhuma das locutoras, e algumas não tinham tanta familiaridade com o assunto, como a própria locutora Jacqueline Gonçalo explica no decorrer do programa.

O podcast foi gravado logo após a estreia de Vingadores- a era de Ultron, o tema estava em alta nos meios de entretenimento e cultura pop. Como é um universo muito grande, com vários filmes, histórias em quadrinhos, centenas de heróis e diferentes tramas, foi discutido como seria dividido o programa, quando houve a decisão dos subtemas. Para evitar grandes erros que gerasse desgosto entre os fãs dos quadrinhos, foi necessária uma pesquisa aprofundada sobre o assunto em sites específicos sobre o tema.

A trilha sonora remete aos filmes citados nos subtemas, e dão ao podcast uma identidade sonora típica dos filmes de ação.

O programa Séries e Seriados tem 42:24 minutos de duração, sem divisões de subtemas. O tema foi proposto por uma das locutoras que se interessa muito pelo segmento e queria fazer uma discussão sobre o motivo de estarem sendo cancelados tantos seriados em um período tão curto de tempo. Dessa forma, foi sugerido que cada uma falasse sobre as séries que já assistiu até chegar no ponto da discussão. A trilha sonora usada nesse produto, fez referência as séries comentadas pelas locutoras.

O programa “Músicas da Infância” tem 30:53 minutos de duração, sem divisões de subtemas e assim como o programa anterior, foi em um formato de bate-papo entre as locutoras, sem que houvesse um subtema definido para cada bloco.

Nesse produto o intuito das locutoras era de trazer um referencial de nostalgia para as pessoas que nasceram nos anos 90, onde cada uma pode comentar sobre o que ouvia, mostrando seus gostos diversos, mas também, que grande parcela das pessoas nascidas nessa década chegou a compartilhar do mesmo gosto musical. A trilha sonora remete às músicas e artistas citados durante o podcast. Com o intuito de inserir o ouvinte na nostalgia.

6 CONSIDERAÇÕES

Mais do que uma atividade para avaliação ou produto sonoro, o podcast se mostrou uma conexão das locutoras entre si e com os possíveis ouvintes. Com a

possibilidade da veiculação on-line, o formato se tornou o preferido entre as acadêmicas, que se sentiram livres para produzir conteúdo de maneira criativa e dinâmica.

É interessante perceber a evolução no entrosamento das locutoras, com o passar dos programas foram sentindo mais confiança, até ser possível trabalhar com o roteiro completamente livre.

As alunas usaram de diferentes tipos de ferramentas para gravar os seus podcasts: um gravador com microfone, celular e notebook. Dessa forma notaram que quando precisavam dividir o microfone a interação não ficava tão natural por todos os momentos de pausa que ocorreram para a troca. Já com o celular e notebook, houve um pouco mais do ruído natural do ambiente, mas a locução fluiu livremente.

Como na Universidade Federal de Mato Grosso do Sul não há possibilidade de veiculação do programa, por falta de rádio, as acadêmicas tomaram a iniciativa de divulgarem os podcasts por conta própria na plataforma do Soundcloud e tiveram um ótimo resultado, visto que não usaram de apoio nenhum. O programa de curiosidades da Disney teve 92 visualizações, o da Marvel teve 134, o de seriados apenas 34 e o último programa, sobre músicas chegou a ter 295 ouvintes.

Essa experiência e a descoberta de novas ferramentas e formatos, somadas com a pequena repercussão inesperada são um incentivo para uma possível produção futura de outras edições do podcast.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RODRIGUES FILHO, L.C. **Webrádios, streaming e migração de banda: tendências para as linguagens digitais nas rádios da fronteira Brasil-Paraguai.** In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Foz do Iguaçu, PR. 2 a 5 de setembro de 2014. Disponível em: < <http://geografias.net.br/papers/2014/R9-1941-1.pdf> > . Acesso em 11 abril 2016.

BOTTENTUIT JUNIOR, J.B.; LISBÔA, E.S.; COUTINHO, C.P. **Podcast: uma revisão dos estudos realizados no Brasil e em Portugal.** In: Actas do Encontro sobre Podcasts. Braga, 2009. Disponível em: . Acesso em: 10 de abril de 2016.

BUFARAH JÚNIOR, A. **O pioneirismo do rádio levado à Internet brasileira.** In: HAUSSEN, D.; CUNHA, M.. Rádio brasileiro: episódios e personagens. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2003.

BUFARAH, A. **Rádio na internet: convergência de possibilidades.** In: INTERCOM, 26., 2003, Belo Horizonte. Anais do XXVI Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2003. 1 CD-ROM

FECHINI, Y.; FIGUEIROA, A. **Produção ficcional brasileira no ambiente de convergência**. In: LOPES, M. (Org). Ficção televisiva no Brasil: temas e perspectivas. São Paulo: Globo, 2009.

LUIZ, L.; ASSIS, P. **O Podcast no Brasil e no Mundo**: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: Anais do XXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Caxias do Sul: Intercom, 2010. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>> Acesso em 10 out. 2015.

PRATA, N. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. In: Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Natal, RN , 2 a 6 de setembro de 2008. Natal: Intercom, 2008. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/estudioderadio/wpadmin/textos/webradio_novos_generos.pdf> Acesso em 12 jun. 2015.

SAAR, C. **A utilização do podcast como forma de segmentação, colaboração e informação**. In: Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Manaus, AM. 4 a 7 de setembro de 2013. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0948-2.pdf>> . Acesso em 10 abril 2016.