

EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00092
INSTITUIÇÃO	Universidade Federal de Mato Grosso
CAMPUS	Cuiaba
CIDADE	Cuiaba
UF	MT
CATEGORIA	PT
MODALIDADE	PT15
TÍTULO	Comunicast, Projeto de extensão em rádio e podcast UFMT
ESTUDANTE-LÍDER	Mylena Leite Machado
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Publicidade

COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:

Andreлина Braz (Universidade Federal de Mato Grosso); Brenda Campos (Universidade Federal de Mato Grosso); Bruno Gonçalves (Universidade Federal de Mato Grosso); Davi Vitorazzi (Universidade Federal de Mato Grosso); Emile Nicole Botelho Rodrigues dos Santos (Universidade Federal de Mato Grosso); Hugo Dueti (Universidade Federal de Mato Grosso); Isabelle Santos Fanaia (Universidade Federal de Mato Grosso); Isadora Dias (Universidade Federal de Mato Grosso); Izabelle de Souza Borges (Universidade Federal de Mato Grosso); João Moreira (Universidade Federal de Mato Grosso); Letícia Pereira (Universidade Federal de Mato Grosso); Letícia Rosa (Universidade Federal de Mato Grosso); Maria Vanessa Araújo (Universidade Federal de Mato Grosso); Marcella Rodrigues Vieira (Universidade Federal de Mato Grosso); Nathalia Caetano Okde (Universidade Federal de Mato Grosso); Tiago Sobrinho (Universidade Federal de Mato Grosso); Thalita Mattos (Universidade Federal de Mato Grosso); Victor Amaral Arias (Universidade Federal de Mato Grosso); Victória Ellen (Universidade Federal de Mato Grosso); Victória Soares (Universidade Federal de Mato Grosso); Luãn José Vaz Chagas (Universidade Federal de Mato Grosso)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O Comunicast é o projeto de extensão em Rádio e Podcast da Universidade Federal de Mato Grosso, coordenado pelo Professor Luãn Chagas, que abrange os cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e de Radialismo/Cinema e Audiovisual. A ideia do projeto surgiu em uma oficina de podcast e roteiro em áudio da Toca, o Programa Experimental em Comunicação da UFMT, em meio à necessidade dos estudantes de produzir mais materiais em áudio. A indústria de podcasts vem crescendo em ritmo acelerado. Produtores de podcast continuam a ver um crescimento exponencial ano após ano. Estima-se, de acordo com a AbPod, que existem mais de 2 mil programas ativos. A Pesquisa Podcast Advertising do Instituto Advertising Brasil demonstra que quatro em cada dez brasileiros já ouviram algum programa de podcast e mais da metade destas pessoas fazem isso mensalmente. De acordo com a Podpesquisa, em 2019, os ouvintes de podcast no Brasil, eram majoritariamente do sexo masculino, mas a participação das mulheres aumentou ao longo do tempo. Os ouvintes ainda são maioria na região Sudeste, visto que 51% provém dessa região. Porém, destaca-se o crescimento da audiência na Região Nordeste, de acordo com a pesquisa IBOPE Podcast de 2019. O principal objetivo do Comunicast é a produção de podcasts e materiais em áudio de forma periódica; estudos e reflexões acerca de conceitos como o rádio expandido, hipermediático e o jornalismo narrativo; debates sobre a seleção de fontes e a diversidade de vozes alternativas e populares; e ainda dar visibilidade a histórias cotidianas da comunidade externa à Universidade. O projeto visa ser um espaço privilegiado de experimentação e trocas entre os seus integrantes nos debates sobre novos formatos em áudio como a produção em storytelling, o áudio narrativo, a sonificação e os gráficos sonoros, a agência sonora com o envio de materiais em áudio para emissoras comunitárias, a experimentação de produção e gravação de paisagens sonoras e outras ações. O Comunicast já produziu três podcasts ao longo de sua existência: o De Lá Prá Cá, que visa abarcar temas de cunho social e evidenciar outros projetos de

extensão da UFMT e suas ações; o Ditando Regras, que traz a visão de mulheres sobre os mais diversos esportes e seu lugar dentro e fora dele; e o Vida em Quarentena, que traz as histórias e vivências das pessoas durante a quarentena e isolamento social no contexto da pandemia do novo Coronavírus. Através de reuniões semanais, no Laboratório de Rádio da Faculdade de Comunicação e Artes, os estudantes debateram os temas que seriam abordados nos podcasts e realizaram a divisão de tarefas, sempre na forma de rodízio, para que todos tivessem a oportunidade de realizar diferentes funções, e, dessa forma, aprender todos os processos de elaboração de um podcast. Ao longo do projeto, os estudantes tiveram a oportunidade de ter oficinas de formação com diversos produtores de podcast. As oficinas ministradas abordaram os temas: Podcasts Narrativos, ministrada pelo produtor do podcast Rádio Escafandro, Tomás Chiaverini; Mito e Storytelling, com o professor Hertz Wendell da Universidade Federal do Paraná; Edição e Sonoplastia, ministrada pelo sonoplasta Cláudio Antônio, editor do podcast Vozes, da CBN; e Ciência e Storytelling em podcast, com Beatriz Guimarães e Sarah Azoubel do podcast 37 Graus. Além disso, oficinas de edição também possibilitaram a formação de novos editores inclusive com a participação de integrantes de rádios comunitárias de Cuiabá. Durante o período de isolamento social, essas reuniões foram adaptadas para o contexto virtual e realizadas semanalmente, de acordo com um cronograma feito em conjunto com os participantes do projeto. O Vida em Quarentena, além dos podcasts difundidos nos agregadores, também realizou o envio de boletins em áudio para emissoras de rádio de Mato Grosso, denominado Minuto Quarentena.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

O surgimento do Projeto de Extensão em maio de 2019 proporcionou uma série de reflexões e pesquisas nos debates sobre rádio e podcast e sua contribuição social em um dos cenários de maior vazão noticioso do país. Dessa forma, as pesquisas realizadas envolveram uma série de etapas: I) Formação do Projeto em Rádio e Podcast; II) Formação sobre a extensão universitária e a produção interdisciplinar envolvendo estudantes de jornalismo, rádio e tv, publicidade e propaganda e cinema e audiovisual; III) Formação sobre os âmbitos das pautas das três produções ao longo de um ano. No primeiro caso, o surgimento do formato podcast em 2004 foi trabalhado a partir de conceitos como Rádio Expandido, do professor da UFRJ Marcelo Kischinhevsky, no livro Rádio e Mídias Sociais publicado pela Mauad em 2016. Esse surgimento provoca o debate sobre uma nova forma de veiculação do áudio que tem na linguagem radiofônica as suas origens. Com os dados sobre podcasts e as formas de exploração do meio no Brasil desde o seu surgimento, optamos pelo aprofundamento da narratividade, formação de roteiros e a exploração de novos formatos, como uma contribuição social para o desenvolvimento de novas estratégias de veiculação. Ainda neste ponto, foi possível discutir aspectos como a narratividade, pelo viés de Muniz Sodré, a diversidade e pluralidade de vozes com a humanização das fontes e suas histórias, o storytelling e as estratégias sonoras de arcos narrativos e a exploração de pautas não recorrentes nas mídias hegemônicas. Por outro lado foi preciso entender como adaptar a linguagem sonora do podcast para as apropriações radiofônicas. O Instituto Projor no Atlas da Notícia revela que só na região do centro-oeste existia uma área de 48% em deserto de notícia, ou seja, sem um veículo noticioso mapeado. Um ano depois, após novas pesquisas realizadas pelo mesmo instituto e divulgadas em fevereiro de 2020, a região centro-oeste, apesar de ter sofrido uma pequena melhora, ainda continua com seus 46,1% de área em deserto noticioso; ou seja, 65 de seus 141 municípios encontram-se em deserto de notícia. Diante disso, a atuação junto a rádios comunitárias se tornou um eixo central nas discussões. Essa prática do podcasting e dos debates sobre as produções possibilitou uma outra discussão nas reuniões do projeto: a procura pelas vozes populares, o cidadão comum, novas histórias e a presença na comunidade externa à universidade. Aí chegamos ao segundo e terceiro ponto de estudos presentes nos encontros semanais prévios ao início da produção. Em 2019, os sucessivos ataques sofridos pelas universidades nos levaram a refletir sobre qual o papel das instituições de ensino superior no dia a dia de suas comunidades. Assim surgiu o primeiro produto, o De La Pra Cá que apresentou as histórias das pessoas e suas realidades sociais envolvidas pelas ações de extensão da universidade. A segunda discussão sobre a extensão e as oportunidades de agregar formação com o âmbito social prático foi a produção do Ditando Regras, um podcast feito somente por mulheres com fontes exclusivamente mulheres. Os estudos relacionados a vozes femininas na cobertura esportiva demonstravam a ausência ou o silenciamento estratégico tanto das repórteres, como das atletas. Dessa forma, surge a produção ainda em 2019 mesclando a utilização e formação de um produto que experimenta a roteirização em storytelling no primeiro bloco e a realização de debates e entrevistas no segundo bloco. Por fim, na atualidade o projeto tem atuado no combate à “desinfodemia” e notícias falsas e na garantia do acesso à informação sobre ciência e práticas da Universidade no combate e prevenção em regiões como a Amazônia, Cerrado e Pantanal, os três biomas presentes em Mato Grosso. O podcast produzido atualmente que carrega esse conjunto de formações e pesquisas é o Vida em Quarentena, uma produção realizada de dentro de casa durante o período da pandemia.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

Visando uma melhor elaboração geral do programa e a formação dos estudantes, bem como a reflexão posterior sobre as produções, a divisão das ações de produção seguiram cinco etapas: pré-produção, apuração e realização de entrevistas, roteirização, edição e pós-produção. Todas as reuniões foram realizadas de forma a privilegiar as decisões coletivas como uma das premissas da extensão e do ensino com a comunicação dialógica, como propõe Paulo Freire. Essas permitiram uma dimensão coletiva para a presença do Comunicast no âmbito da UFMT com a presença de cerca de 30 estudantes que participaram dos três podcasts produzidos pelo projeto. Outra questão foi a possibilidade de diálogos entre diferentes cursos da comunicação que traziam para as produções suas experiências e aprendizados de sala de aula, bem como compartilhavam outros aprendizados de suas origens, comunidades e perfis. A sequência de produção dos três podcasts produzidos pelo Projeto seguiu os mesmos princípios: I) Na pré-produção são debatidos aspectos como a escolha de uma identidade visual do programa, ou seja, quais seriam os símbolos usados para compor uma identidade que remetesse aos temas centrais principalmente na proposta de produtos que vão além do sonoro e como característica expandida e hiper midiática estão no rádio tradicional e no podcast, mas também em agregadores e redes sociais. II) Após a realização da arte identitária, inicia o debate e apuração/estudos para pensar subtemas dentro dos âmbitos discutidos no projeto, por exemplo, a humanização das ações de extensão no De La Pra Cá, as mulheres no mundo esportivo no Ditando Regras, e às histórias da quarentena no Vida em Quarentena. III) A realização das entrevistas sempre foi precedida da construção de perfis, histórias e pessoas escolhidas previamente em todos os casos de acordo com as possibilidades de fala e a centralidade destas no âmbito da narração. Como o projeto não é essencialmente jornalístico, o objetivo foi fugir da ideia de fontes ou vozes autorizadas, sem a utilização de setores tidos como oficiais. Recorremos a órgãos autorizados somente quando necessitamos de dados com apuração própria visando fugir da prática meramente declaratória. IV) A roteirização e edição seguia o princípio da divisão de tarefas inicial de forma a que todos tivessem a oportunidade de trabalhar em uma ou outra função para que possam ter a compreensão do todo como contribuição da prática extensionista. Além disso foi fundamental a experimentação conjunta com os projetos, fontes e pessoas envolvidas de forma que estas ouvissem suas vozes e também relatassem suas impressões sobre os produtos. Por mais que não consideramos esta uma prática essencialmente participativa, já que nós editamos e escolhemos, a ação junto aos projetos, fontes e outras comunidades para além da universidade permitiram uma reflexão no âmbito da V) pós produção. Nesse caso entram duas questões: A primeira são as estratégias específicas de redes sociais com threads divulgadas no twitter a cada episódio, na montagem de sequências de stories e publicações para o Feed do Instagram que seguissem as premissas da rede social e na busca de

estratégias de parcerias com emissoras comunitárias de Cuiabá e do interior do Estado que não tem acesso a materiais como esse pela internet. O Comunicast proporcionou uma grande experiência para os participantes, não só como estudantes da Universidade pública, mas como seres humanos. Portanto, de forma profissional, estar aprendendo a fazer um podcast e conteúdos em áudio nos habilita a para inserção no meio comunicacional e entender suas especificidades. De outra forma, entender às sensibilidades e a proposta humanizada de tratamento das vozes que selecionamos deve ser cada vez mais praticado. Em questões de formação, a programa nos forneceu a oportunidade de entrar em contato com realidades diferentes da minha e poder olhar com mais empatia para muitas pessoas, lugares e realidades.