



Encontro Inter-regiões - Nordeste

Região Nordeste - Evento virtual
De 1 a 31 de outubro de 2020



EXPOCOM - RELATÓRIO DE PRODUÇÃO DO TRABALHO

INSCRIÇÃO	00195
INSTITUIÇÃO	UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CAMPUS	SÃO CRISTÓVÃO
CIDADE	SÃO CRISTÓVÃO
UF	SE
CATEGORIA	PP
MODALIDADE	PP12
TÍTULO	OUTSIDE PODCAST - É LÁ FORA ONDE TUDO ACONTECE
ESTUDANTE-LÍDER	LEONARDO DE ALCANTARA SANTOS
CURSO ESTUDANTE-LÍDER	Publicidade e Propaganda
COAUTOR(ES)/ ORIENTADOR(ES) CURSOS:	Thaissa Tupinambá Mendes de Santana (UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE); Vitória Ferreira Lovatti (UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE); Carina Luísa Ochi Flexor (UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE/UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA); Ana Carolina Westrup (UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE)

DESCRIÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO:

O Outside Podcast é uma marca jovem que percebe e confia no poder de mudanças. Acredita também que essas mudanças podem ocorrer, principalmente, através de debates, os quais podem ser a solução ou pelo menos um incentivo para tornar do mundo, um lugar melhor. O projeto foi iniciado por alunos do 7º período de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal de Sergipe (UFS) e a ideia surgiu na disciplina de Laboratório em Mídias Digital II, na qual era incentivada a criação de debates sobre os mais diversos assuntos que englobassem o viés tecnológico. Durante esse processo, os alunos constataram e aprenderam a importância do acesso a informações verídicas e da valorização e do estímulo do pensamento crítico. Isso porque, atualmente, há um grande e rápido fluxo de compartilhamento de informações, as quais nem sempre são verdadeiras. Essa situação começa a ficar preocupante, porque nem todos os indivíduos checam ou procuram outras fontes de notícia e por isso, muitas vezes, acabam compartilhando as chamadas Fake News que se espalham com facilidade, especialmente nas redes sociais. A partir dessas discussões sobre diferentes temas e da análise do cenário atual, os estudantes em sintonia com a professora Carina Flexor, perceberam a necessidade, possibilidade e vontade de criar conteúdo educativo e de entretenimento para a população através de podcasts. Assim, o projeto foi criado com o objetivo de informar, educar e promover debates dentro e fora da sala de aula sobre assuntos relacionados à tecnologia e sociedade. Pensando em promover um acesso melhor e mais fácil aos conteúdos, além de democratizá-lo, o podcast pode ser acessado por várias plataformas, entre elas, o Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, Anchor.fm, Breaker Podcasts, Overcast e RadioPublic.

DESCRIÇÃO DAS PESQUISAS REALIZADAS:

Antes da execução do projeto, foi feito um planejamento aprofundado a partir de pesquisas e análises, para que o objetivo do projeto estivesse de acordo com a realidade do público que se almejava atingir. Pesquisas mostram que os Podcasts são uma mídia em crescimento. Segundo um estudo do aplicativo Deezer, disponível na plataforma IG, o consumo nacional de podcasts cresceu 67% no ano de 2019, graças a apps de música como o Spotify, além do próprio Deezer. No entanto, é importante ressaltar que o consumo de podcasts não se dá apenas por esses meios, muito conhecidos pelos ouvintes de música, mas ocorre também com forte influência de aplicativos especializados, a saber: Google Podcasts, Apple Podcasts, CastBox e Podcast Addict. A quantidade de aplicativos voltados para esse tipo de mídia corrobora com a tese de que o podcast é um produto em plena expansão. Nesse contexto, é importante apontar uma outra pesquisa feita pela Associação Brasileira de Podcasters (ABPod), em parceria com rádio CBN, realizada em 2018, que traça um perfil dos ouvintes de podcast no Brasil. Por meio desse estudo, foi percebido que 78% do público que ouve podcast, assim o faz durante seus trajetos de locomoção e a opção de ouvir off-line, disponibilizada pela maioria dos apps, apresenta-se como um fator que facilita o acesso. Outro momento em que muitas pessoas alegam utilizar podcasts é durante a realização de atividades domésticas. Tal feito nos leva a perceber a dinamicidade desse produto. No que diz respeito ao consumo diário, a média chega a

alcançar 2 horas e 25 minutos, o que mostra uma relação com a duração média de um podcast. Com base nas informações encontradas, buscamos entender a situação atual na qual o projeto estaria inserido, analisando de que forma os avanços da comunicação e os novos formatos têm influência no desenvolvimento do pensamento crítico dos seus usuários. Compreendido a situação atual do podcast no Brasil, definimos o Outside Podcast como uma marca jovem, que não só percebe a mudança, mas acredita no seu poder, entendendo a importância do debate como uma arma poderosa. Seguindo o objetivo de comunicação de promover debates sobre assuntos relacionados à tecnologia e sociedade, também foram levantados os problemas e as soluções que o Outside Podcast apresentaria. Como problema, foi apontado que o podcast ainda é algo novo e, se tratando de uma produção "menos profissional" feita por alunos, existem algumas barreiras sobre o interesse e iniciativa do consumo deste conteúdo. Em contraponto, a solução foi apresentada questionando justamente o problema: "Por que não?". Ao oferecer um conteúdo relevante, com fonte confiável e de fácil acesso, não tem porque o público não ter interesse no que estaria sendo proposto. A próxima etapa foi a construção da persona, que seria personificar o Outside Podcast, atribuindo personalidade, interesses e até a forma como se comunica. A partir disso, foi idealizada a Joana, de 25 anos, estudante e que adora Instagram e Spotify, porém, ainda não se permitiu consumir podcasts, pois ela acha que esse formato de conteúdo pode ser chato e entediante. A linguagem atribuída a forma como Joana se comunica com o seu público é descontraída, permite gírias e contrações.

DESCRIÇÃO DA PRODUÇÃO:

A construção do Outside Podcast pode ser dividida em três etapas: a pré-produção, produção e divulgação. A primeira é marcada pela divisão dos 9 grupos, em que cada um definiu um assunto a ser trabalhado dentro do tema Sociedade e Tecnologia. Esses conteúdos foram apresentados e discutidos com a turma por meio de seminários. Tivemos também a definição de um coordenador geral, que juntamente com a professora da disciplina, auxiliou os grupos no desenvolvimento do produto e no andamento das etapas. Além da divisão em 9 grupos, houve também a criação de dois grupos de trabalho: um responsável pela produção e outro pela comunicação. O primeiro ficou responsável por organizar as gravações, entrar em contato com o estúdio, verificar horários disponíveis e criar escalas de gravação para cada equipe. O segundo ficou encarregado de definir os objetivos de comunicação, o posicionamento, a linguagem que seria utilizada, a criação e manutenção dos perfis das redes sociais e o planejamento de postagens dos episódios nas plataformas de streamings. Ainda nessa primeira etapa, tivemos a construção do jingle do "É lá fora onde tudo acontece" e as audições para definição dos apresentadores. A dupla escolhida passou por um teste de locução no estúdio e foi definida por meio de voto. Na segunda etapa, realizamos a construção dos roteiros, o contato com os entrevistados, a gravação e a edição dos episódios. Em decisão coletiva, ficou definido que a participação dos convidados seria por meio de áudio previamente gravado e enviado por e-mail/whatsapp. Com os áudios em mãos e com a gravação do roteiro concluída, cada grupo ficou responsável pela edição do seu próprio episódio, seguindo, é claro um roteiro base definido pela equipe de comunicação, uma vez que todos os episódios tinham que conter o jingle, a apresentação do tema e do projeto. Para assegurar o armazenamento dos materiais e facilitar a edição e distribuição, foram criados e-mail e drive para depositar roteiros, gravações, episódios finalizados e termos de uso de voz e imagem. Com os episódios finalizados, partimos para última fase: a divulgação. Nesse momento tivemos a criação do perfil no Instagram e os primeiros posts apresentando o projeto. A postagem dos episódios nas plataformas de streaming foi facilitada pelo app Anchor, que distribuiu os mesmos para o Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts, entre outros. A frequência definida para os episódios foi a quinzenal. Há, no total, 10 episódios do Outside Podcast, com uma média de 30 minutos de duração e temas que vão desde o impacto das mídias sociais na nossa rotina a cenários transmidiáticos.