



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I – CAMPINA GRANDE, PB
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS E APLICADAS - CCSA
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL - DECOM
CURSO EM BACHARELADO EM JORNALISMO**

IURI NEVES AMORIM

**PODCASTS NO CONTEXTO DAS PRODUÇÕES UNIVERSITÁRIAS DA
PANDEMIA COVID-19**

**CAMPINA GRANDE
2022**

IURI NEVES AMORIM

**PODCASTS NO CONTEXTO DAS PRODUÇÕES UNIVERSITÁRIAS DA
PANDEMIA COVID-19**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado ao Curso de Jornalismo da
Universidade Estadual da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva.

**CAMPINA GRANDE
2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

A524p Amorim, Iuri Neves.

Podcasts no contexto das produções universitárias da pandemia Covid-19 [manuscrito] / Iuri Neves Amorim. - 2022.
27 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2022.

"Orientação : Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva ,
Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Podcasts universitários. 2. Narrativas jornalísticas imersivas. 3. Pandemia Covid-19. I. Título

21. ed. CDD 070.4

IURI NEVES AMORIM

PODCASTS NO CONTEXTO DAS PRODUÇÕES UNIVERSITÁRIAS DA PANDEMIA
COVID-19

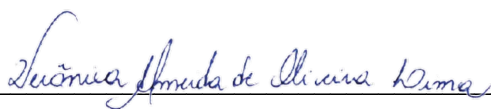
Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado ao curso de Jornalismo da
Universidade Estadual da Paraíba, como
requisito parcial à obtenção do título de
Bacharel em Jornalismo.

Aprovada em: 25/03/2022.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva (Orientador)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Profª. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)



Prof. Dr. Leonardo da Silva Alves
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Ao Cristo vivo, pela força e sabedoria concedida, e aos meus pais, Ademir e Lisandra, DEDICO.

AGRADECIMENTOS

Enfim, é chegada a hora do começo de mais uma etapa. Pegando emprestado a teoria de Joseph Campbell em o “Herói de mil faces”, diria que o que sinto nesse momento é uma mistura de sensações: A primeira, é daquilo que ele definiria como “Apoteose”, quando o herói se prepara para o grandioso desafio . A segunda, é um novo “chamado à aventura”, pois sei que esse momento é só o primeiro dos ciclos na Jornada do Herói arquetípico que me inspira. A verdadeira jornada ainda está para começar.

Eu não poderia deixar de ser grato ao Cristo vivo, o herói mais forte, sábio, e bondoso de todos. Junto a ele, estão também os dois heróis que são símbolo de sacrifício e amor imensurável para mim: Os Meus pais, Ademir e Lisandra. Nada do que eu fizer nunca será suficiente para pagar toda árdua trajetória a qual vocês trilharam para me fazer chegar até aqui. Vocês são, para mim, a personificação do arquétipo perseverante, corajoso, e amoroso que todo herói deve carregar consigo.

A minha irmã Beatriz, pela alegria de poder acompanhar sua infância. Talvez você nem saiba, mas os nossos momentos de brincadeira são minha fuga de todas as complicações do mundo adulto.

Aos meus amigos de longa data e fiéis companheiros nessa jornada: Marvin, Daniel, Haniel e Wesley. Obrigado pelas batalhas travadas ao meu lado, pela amizade compartilhada, e pelos momentos de extrema gargalhada. Que continuemos sempre unidos não só nas batalhas contra os dragões e calabouços infestados de orcs, mas também no reconfortante e divertido descanso frente à fogueira no fim da noite.

Ao meu orientador, Fernando Firmino, por compartilhar sua experiência e conhecimento nesse e em outros projetos. Obrigado por ter sido o símbolo do Mentor, como aquele que orienta e traz entendimento nessa trajetória. Aos professores Leonardo Alves e Verônica Oliveira, por aceitarem fazer parte da banca, e por acolherem a tarefa de contribuir com esse trabalho.

Aos meus avós, Antônio, Glória e Maria (in memoriam). Pela torcida, que mesmo muitas vezes de longe, fizeram a diferença em tudo isso. Sei que não costumo demonstrar, mas a vocês tenho grande amor e admiração, e por isso, meu muito obrigado.

Consigo agora enxergar, diante dos meus olhos, aquilo que Joseph Campbell definiu como a jornada do herói. Além disso, percebo também que essa jornada não é só um arquétipo da literatura, dos quadrinhos, do cinema, ou da ficção; Ela é uma representação do nosso cotidiano. Obrigado a todos por me ajudarem a forjar o homem que sou hoje, e por me inspirarem a progredir cada vez mais. Acredito que seja esse o propósito de toda jornada do herói, e talvez a parte mais satisfatória: A evolução. Hoje eu digo (com imensa felicidade), que apesar de todo o conhecimento obtido, ainda sou uma criança, um menino, o qual tem muito a ouvir e aprender.

“Dê-me, Senhor, agudeza para entender, capacidade para reter, método e faculdade para aprender, sutileza para interpretar, graça e abundância para falar, acerto ao começar, direção ao progredir e perfeição ao concluir...”.
–São Tomás de Aquino.

LISTA DE TABELAS

Gráfico 1 – Porcentagem de programas por áreas da graduação	24
Gráfico 2 – Jornalismo imersivo em podcasts encontrados.....	25
Gráfico 3 – Técnicas de jornalismo imersivo em podcasts jornalísticos.....	27

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	13
2	PODCASTS E MODELOS NARRATIVOS.....	16
3	MODELOS TÉCNICOS NARRATIVOS NOS PODCASTS.....	19
3	METODOLOGIA.....	20
4	RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	22
5	CONCLUSÃO	28
6	REFERÊNCIAS.....	29

PODCASTS NO CONTEXTO DAS PRODUÇÕES UNIVERSITÁRIAS DA PANDEMIA COVID-19

PODCASTS IN CONTEXT OF UNIVERSITY PRODUCTIONS OF COVID-19 PANDEMIC

Iuri Neves Amorim¹

RESUMO

O período de pandemia foi marcado por uma popularização tanto na produção como no consumo de podcasts, principalmente para aqueles que exploram as narrativas provenientes da covid-19. Com relação às organizações jornalísticas de referência, uma tendência de mercado foi a produção de podcasts nos moldes do rádio em detrimento da defesa de alguns autores os quais estudam o podcast e o apontam como uma mídia de modelo narrativo próprio. Contudo, laboratórios jornalísticos universitários apresentaram nesse período formatos mais inovadores de narrativas de podcast, baseado em experimentação e estudos desses modelos. Para essa pesquisa, realizou-se uma cartografia exploratória dos podcasts universitários no contexto da pandemia por todo o Brasil, e a escuta de episódios para caracterização de seus formatos narrativos jornalísticos. Os resultados mostraram um cenário promissor na criação de um formato próprio imersivo do podcast, além de uma forte base teórica por parte dos alunos sobre autores que discutem esse tema na mídia de áudio.

Palavras-chave: Podcasts universitários; narrativas jornalísticas imersivas; pandemia Covid-19.

ABSTRACT

The pandemic period was marked by a popularization both in the production and consumption of podcasts, especially for those who explore the narratives arising from covid-19. Regarding the reference journalistic organizations, a market trend was the production of podcasts along the lines of radio, to the detriment of the defense of some authors who study the podcast and point it out as a media with its own narrative model. However, university journalistic laboratories presented more innovative formats of podcast narratives during this period, based on experimentation and studies of these models. For this research, an exploratory cartography of university podcasts was carried out in the context of the pandemic throughout Brazil, and episodes were heard to characterize their journalistic narrative formats. The results showed a promising scenario in the creation of an immersive podcast format, in addition to a strong theoretical basis on the part of the students about authors who discuss this topic in the audio media.

Keywords: University podcasts; immersive journalistic narratives; Covid-19 pandemic.

¹Graduado em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba - UEPB. Email: iuriamorim42@gmail.com

INTRODUÇÃO

Com o surgimento do Covid-19 em 2020, e por consequência a situação de pandemia, as organizações jornalísticas tiveram que repensar não só a maneira de produzir conteúdo, mas também formas eficazes de atrair o consumidor. Voltando-se especificamente para a mídia de áudio, é notório o fenômeno dos podcasts e sua popularização através dos serviços de *streaming*, uma ferramenta inicialmente criada para distribuição de conteúdo musical, e que agora abarca quase todo material relacionado às mídias de áudio.

Orlando (2020) compara a ascensão do podcast com a do Youtube de 2006 a 2010, e diz que essa mídia tem grandes possibilidades de se estabelecer como um elemento fixo da cultura digital para o jornalismo. Por esse motivo, o autor ressalta a importância do olhar atento de pesquisadores do ramo da comunicação para os desdobramentos do podcast.

Segundo o Kantar Ibope, em conjunto com o grupo Globo² em fevereiro de 2021, o Brasil se configura entre os cinco maiores consumidores de podcasts do mundo. Essa posição foi alcançada durante a pandemia, onde 31% dos indivíduos que ouviam podcast aumentaram o consumo, e 57% dos entrevistados começaram a ouvir.

De acordo com Pereira e Monteiro (2020) um dos principais motivos para popularização do podcast é a propagação através dos *smartphones*, tanto pela sua versatilidade de produção como também para consumo do conteúdo. No ano de 2019, o aplicativo de *streaming* Spotify fez a aquisição de outro software, o Anchor, que nada mais é do que uma plataforma gratuita para produção de podcasts no geral (gravação e edição), e que passou a ter também a função de distribuir o conteúdo por lá, produzido no próprio Spotify. O Anchor também tem o objetivo de simplificar a produção para aqueles que são iniciantes na área, e não tem tanto conhecimento prévio sobre o campo das mídias de áudio. Ou seja, pode-se notar

² Disponível em

<https://extra.globo.com/economia/pandemia-provoca-aceleracao-do-consumo-de-podcasts-no-brasil-revela-pesquisa-25120095.html> acesso em 26 fev. 2022

que os investimentos da plataforma do Spotify no ramo dos podcasts já vinham acontecendo há algum tempo, o que precedeu toda a lógica de produção decorrente dos anos seguintes.

Segundo o Reuters Institute, em seu Digital News report 2020³, em todos os países, 50% dos entrevistados afirmaram que o podcast oferece mais compreensão e profundidade de informações do que os outros tipos de mídias. Além disso, o aplicativo Spotify foi o líder com relação a acessos de podcasts, ultrapassando todas as outras plataformas. No News Report 2021⁴, o instituto registrou que apesar de um desaceleramento no crescimento de podcasts (isso devido a algumas restrições de circulação), o Spotify continua superior em números com relação aos podcasts da Apple e do Google. Além disso, o instituto constatou que o Youtube vem se beneficiando com o formato híbrido de Podcasts com vídeo em muitos países diferentes.

No Brasil, ainda segundo o Reuters Institute, em sua pesquisa de 2021, o Globoplay adicionou cerca de 80 podcasts a sua plataforma de *streaming*, além de firmar parcerias com o intuito de diversificar sua galeria de podcasts. Contudo, apesar dessa explosão massiva de produção, a maioria desses programas ainda é associada ao modelo de notícia radiofônico. A pesquisa de Reis (2018) sobre os podcasts nos jornais portugueses, comprova esse fator. O seu estudo mostra que não existe uma preocupação em alterar o modelo narrativo por parte das grandes organizações jornalísticas, e nem um esforço para transformar o podcast em algo diferente daquilo que o rádio havia configurado.

Bonini (2020) também discorre sobre essa conjuntura, mencionando que na segunda era do podcasting, as grandes organizações jornalísticas não investiriam num formato narrativo inovador, e sim em sua produção massiva como forma de agregador de publicidade, e uma extensão do conteúdo jornalístico. Ou seja, isso acaba sendo um problema, pois essas organizações estão constantemente

³Disponível em https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
acesso em 05 mar. 2022

⁴ Disponível em https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2021-06/Digital_News_Report_2021_FINAL.pdf
acesso em 05 mar. 2022

engajadas num modelo de produção de podcasts voltado para o lucro. Portanto, a mudança narrativa termina não se efetivando em termos de experimentações.

Então, como essa modificação estrutural ainda pode ocorrer? E através de quem se não for pela grande mídia? Existe a possibilidade da solução vir em um campo pouco explorado nesse quesito: O ramo independente, voltando-se principalmente às universidades. Bonini (2020) também menciona que a primeira era do podcasting foi marcada pela vertente de produção mais básica, a produção amadora, sendo a única que buscou por modelos narrativos diferentes daquilo que era habitual na radiofonia. Ou seja, para enxergar a revolução dentro do podcast, o foco deve se voltar para os produtores que ainda estão no processo de descoberta da mídia, investigação e aprimoramento. Esse conceito por si só descreve as produções universitárias no ramo do podcast, um lugar para o aprendizado, evolução e exploração de como tratar essa mídia em ascensão.

A pandemia nos últimos dois anos foi um motivador para os laboratórios de Jornalismo por todo o Brasil. Isso gerou um processo de experimentação e produção de podcasts. Podemos citar como exemplo o Podcast “Pandemia na Boca do Monte”, feito pelo aluno da Graduação de Jornalismo Felipe Backes para a disciplina do trabalho de conclusão de curso. Esse produto em específico possui um formato diferente do que é habitual na grande mídia, trazendo uma estrutura narrativa autoral criada pelo próprio aluno, com a mistura de várias fórmulas da narrativa imersiva.

A estrutura referente ao jornalismo de imersão, tem sido uma das principais candidatas para a mudança quando se diz respeito ao formato dos podcasts. Teses como o jornalismo literário em podcasts de Barsotti e Santa Cruz (2020), o Storytelling de Santos e Peixinho (2020), o audiodocumentário de Silva e Oliveira (2020), e muitas outras pesquisas desse ramo convergem para esse conceito. A mudança vem da necessidade de tornar o podcast uma mídia independente, e não somente um modelo de lucro como concluiu Bonini (2020), ou uma extensão do rádio como menciona Reis (2018).

Por isso, o presente artigo procurou entender a produção de podcasts feitos pelas universidades durante a pandemia, tentou encontrar estruturas narrativas jornalísticas imersivas, e investigou se o campo da produção experimental

universitária terá ou não um papel significativo na criação de um formato tão pouco visto na grande mídia.

2. PODCASTS E MODELOS NARRATIVOS

É senso comum, quando se fala em podcasts jornalísticos, associar primeiramente essa mídia ao rádio, o que não é surpresa já que estruturalmente os dois são análogos. Porém, em uma entrevista realizada por Kischinhevsky (2020) com o professor sênior de rádio e podcasting na Universidade de Sunderland, Richard Berry, essa pauta foi discutida, e segundo Berry, o podcast já mostra indícios de um formato próprio, por mais que esse conceito ainda esteja um pouco abstrato. O professor concorda que os dois têm suas semelhanças por serem meios compostos por som, mas ressalta que o podcast se diferencia por ser um produto de nicho, onde as pessoas fazem escolhas do que querem consumir, além de optarem também por qual serviço vão assinar. Para ele, esses nichos fazem com que o ouvinte fique muito mais próximo daquilo que está ouvindo.

A teoria da proximidade do ouvinte é a principal candidata quando se fala em inovação através do podcast. Além do mais, alguns autores já atribuíram tipos de modelos jornalísticos diferentes a essa mídia, como é o caso do Jornalismo literário dentro dos podcasts discutidos por Barsotti e Santa Cruz (2020), o qual apresenta técnicas importantes para o desprendimento do modelo estabelecido pelo rádio.

Segundo ele, uma das características importantes do jornalismo literário é a construção do conteúdo cena a cena, manipulando o áudio de forma que deixe o espectador vivenciar a matéria através da imaginação (essa construção acontece através de voz autoral, imersão, simbolismo, precisão e etc).

O estilo no jornalismo literário, que prevê o uso de estruturas complexas na prosa, marca um divisor de águas nos preceitos do jornalismo diário, ao abandonar o lead. Trata-se, para os autores, de uma forma jornalística narrativa: a história pode ser apresentada por meio de cenas, tal qual em um romance. A criação de sentidos seria alcançada por meio do uso de símbolos e metáforas para facilitar a aproximação com o leitor. (BARSOTTI, SANTA CRUZ, 2020, p. 140).

Viana (2020) em seu estudo sobre jornalismo imersivo dentro dos podcasts, menciona em sua argumentação a criação dos ambientes narrativos, isso pode acontecer através de versões contraditórias do fato mostradas pelo apresentador, criando vários pontos de vista da notícia. Contudo, a autora afirma que os métodos para se garantir essa imersão narrativa não são aspectos recentes e nem exclusivos do podcast, já sendo experimentados por outras mídias tradicionais. Para ela, o princípio de trazer a imersão para o podcast, vem da tentativa de deixar a narrativa mais prazerosa, junto com a sensação de envolver-se dentro daquele contexto. A autora menciona que outro aspecto importante para a projeção desses ambientes narrativos é a imaginação do ouvinte: “Propomos, então, olhar para a transposição proporcionada pela imaginação como o aspecto que fundamenta a imersão ocorrida em ambientes sinteticamente criados”. (VIANA, 2020, p. 3).

A autora também destaca que existem outros fatores no podcast muito importantes, e que ajudam nessa construção narrativa, como por exemplo: a Humanização, fala do jornalista apresentador em primeira pessoa denotada ao ouvinte, condução emocional da história, uso de sonoras, ambientação e descrição das cenas.

Já Silva e Oliveira (2020), propõe o estudo da implementação do audiodocumentário nos podcasts. Na discussão, esse formato acaba sendo citado não como uma área do rádio, mas sim como um tipo de linguagem, a qual também poderá ser usada em outras mídias de áudio como o podcast. Para a realização do audiodocumentário, é necessário além dos aspectos jornalísticos como narrações, depoimentos; o uso da arte sonora, um conceito que define todas as experiências artísticas para quais o som possa exprimir (seja através de música, poesia, efeitos sonoros, projeções imagéticas através de sons, e etc). O objetivo da junção dessas duas técnicas na estrutura, seria garantir engajamento para intenções sociais, individuais ou coletivas.

Partindo desse pressuposto, temos para este estudo a compreensão de um rádio independente e de caráter social, que inserido na lógica de produção e recepção imposta pelo cenário podcasting é concebido mais como uma linguagem de comunicação que como um meio. (SILVA, OLIVEIRA, 2020, p. 186).

Um dos argumentos importantes estabelecidos pelo autor, é que a partir do podcast, esse modelo radiofônico pode trazer de volta a expressividade, e assim entrar em contato com o público através das mídias digitais. Isso acontece pelo fato do podcast possuir uma facilidade de produção identitária, abrindo as portas para o modelo de audiodocumentário. Ou seja, esse formato serve ao jornalismo quando bem executado, pois consegue ser inovador, compreensivo, atrativo, criativo, mas acima de tudo, destinar-se a um público alvo de forma mais profunda e imersiva. Mas não só técnicas comuns ao rádio o podcast aproveita, Santos e Peixinho (2019) usam o Storytelling para mostrar que técnicas do audiovisual podem ser úteis nessa mídia de áudio.

Não ignoramos, igualmente, que o storytelling nos meios sonoros reemergiu de forma contranatural. Na era da imagem, da velocidade, da superficialidade, da dispersão e da fragilidade da atenção parece haver espaço para o que chamaríamos inequivocamente de slow radio, não fosse a mudança ocorrer majoritariamente nos podcasts. (SANTOS; PEIXINHO, 2019, p. 155).

As autoras embasam a tese na simplificação do enredo informativo do rádio, e atribuindo sua queda de espectadores a falta de variação narrativa, aspecto esse que tem sido o de maior interesse do público nos últimos tempos. Para elas, o modelo informativo foi o responsável por derrubar o Storytelling por muito tempo, pois com a correria do cotidiano, o espectador não poderia consumir outro formato que não fosse esse, pois era o único que atendia seus requisitos imediatos.

De acordo com Santo e Peixinho (2019), o surgimento dessas narrativas variadas aparece exatamente na mídia do podcast, especificamente no início do milênio como uma redescoberta da palavra escutada, focando especificamente no *storytelling* e na história dos outros. Para elas, a narrativa é a maneira mais eficaz de organização dos fatos, e é responsável pela criação da imagem do que é real dentro do jornalismo, ditando normas de conduta e produzindo crenças sociais. As autoras acrescentam que a democratização do consumo e produção foram fundamentais para essa popularização do formato, sendo responsáveis pela mudança do consumo cotidiano dos ouvintes. Além disso, acrescentam que

boa parte do público o qual consome podcasts não está passivamente ligado às notícias que estão no ar, o que deu uma certa liberdade aos produtores para arriscarem a adoção do modelo. Santos e Peixinho concluem que o podcast evoluiu (e ainda se desenvolve) explorando as fragilidades do rádio mainstream, conseguindo adentrar na área de manifestação do *storytelling* pouco explorada até agora.

3. MODELOS TÉCNICOS NARRATIVOS NOS PODCASTS

A inovação narrativa no podcast é algo a ser explorado de várias maneiras, sempre partindo do pressuposto que esse tipo de novo formato vem com a finalidade de garantir imersão. Por isso, também é importante analisar efeitos de edição e manipulação de áudio que busquem colaborar para o fator de inclusão do ouvinte, Viana (2020) sugere algumas técnicas de domínio do áudio condizentes com esse aspecto: O Surround, que é a dimensão de som criada por meio de caixas posicionadas em lugares estratégicos; e o áudio Binaural, popularmente conhecido como “áudio 3D”, o qual é projetado através de fones de ouvido. Para a autora, essas duas técnicas de áudio, são um exemplo tecnológico de como se faz a materialização simulada de um ambiente sonoro, contudo, o áudio binaural tem ganhado mais destaque que o Surround:

Apesar de o surround também ser tridimensional, o binaural é popularmente conhecido como áudio 3D. Esse recurso é um dos exemplos que se aperfeiçoaram ao longo do tempo, enquanto em paralelo cresceu o interesse dos ouvintes pelos conteúdos elaborados, principalmente por essas narrativas que possuem a acústica imersiva em 3D (VIANA, 2020, p. 8).

Aprofundando-se nessa técnica, Paiva e Morais (2020) discutem mais a fundo o áudio Binaural dentro dos podcasts. De acordo com o estudo que fizeram, eles classificam esse tipo de som como uma forma tridimensional e realista de trabalhar, tratando o ouvinte como personagem da narrativa apresentada através dele. A análise primordial com relação ao som binaural é feita em paralelo com outras

mídias; cinema, jogos, música; ou seja: como esse avanço sonoro repercutiu em outras plataformas, e o que ele acrescenta no consumo de áudio no geral.

O som binaural foi utilizado por diversas indústrias, principalmente no século XX, como a dos videogames, do cinema e da música. Passou quase despercebida aos ouvintes e podemos afirmar que o campo das experiências poderia ter sido mais amplo, não fosse o preço dos equipamentos. (PAIVA; MORAIS, 2020, p. 147).

Depois disso, os autores analisaram podcasts da plataforma *PLAYER FM*, com relação à disposição de conteúdo que utiliza esse tipo de recurso inovador, e quais os diversos nichos que ele poderá encaixar melhor. A pesquisa conclui que o som binaural é uma representação de como os meios de comunicação podem se adaptar com relação a plataformas de produção, além de supor uma próxima evolução quando se diz respeito ao consumo e produção de podcasts.

Essa pesquisa tem a finalidade de encontrar todos esses elementos narrativos (sejam eles textuais ou técnicos), dentro da estrutura dos podcasts universitários feitos na Pandemia por todo o Brasil.

3 METODOLOGIA

A busca por resultados desta pesquisa, partiu da premissa de que os podcasts universitários que optaram por tratar o tema Covid-19, o fizeram pelo potencial circunstancial imersivo de narrativa que a Pandemia ofereceu. A pesquisa se deu através de uma cartografia de podcasts e depois a análise e escuta dos produtos encontrados. Para Cintra et al. (2017), a cartografia é um processo significativo de pesquisa que faz jus ao constante processo de autoprodução do homem:

Reconhecemos que o objeto deste estudo, a cartografia, tem sido utilizada como importante ferramenta metodológica em pesquisas no campo social, que se alinham ao movimento institucionalista que investiga os processos de produção de subjetividade com o ponto vista diverso da produção hegemônica de conhecimento, em sintonia com a perspectiva do pensamento complexo de que o homem está em constante transformação, em constante organização paradigmática, em constante autoprodução. (CINTRA et al., 2017, p. 46)

Filho e Teti (2013) ressaltam ainda que a cartografia não é uma somente uma metodologia, mas também uma maneira de implementar a análise crítica como estratégia flexível.

É bom lembrar ainda que existem tantas cartografias possíveis quanto campos a serem cartografados, o que coloca a necessidade de uma proposição metodológica estratégica em relação a cada situação ou contexto a ser analisado, indicando que dessa perspectiva método e objeto são figuras singulares e correlativas, produzidas no mesmo movimento, e que não se trata aqui de metodologia como conjunto de regras e procedimentos preestabelecidos, mas como estratégia flexível de análise crítica. (PRADO FILHO; TETI, 2013, p. 46).

A primeira etapa ocorreu com a fundamentação teórica, e se deu através da busca por autores que discutem as propostas de narrativas imersivas executadas dentro do podcast. Depois da leitura dos artigos, foram feitos fichamentos dos trabalhos de cada um desses autores, com o intuito de descrever seus argumentos, analisar suas propostas e discuti-las.

Depois disso, foi adotada a técnica de mapeamento⁵ em forma de planilha no Google Drive. Essa busca exploratória iniciou-se na data 22/02/2022 e foi finalizada em 27/02/2022. Os programas estão abarcados num período de produção que vai desde abril de 2020 até fevereiro de 2022. Nesse mapeamento foram listados os podcasts encontrados na pesquisa exploratória e posteriormente analisados.

Para a coleta dos dados, foram usadas as plataformas de *streaming* Spotify e Google podcasts. Esses dois agregadores foram os que melhor funcionaram com relação às opções de pesquisa, dando melhor suporte para encontrar os resultados de forma rápida, precisa e conclusiva. Além disso, a plataforma do Spotify, por exemplo, tem o Anchor como ferramenta principal para a produção de conteúdo, o qual é voltado para a produção de podcasts do modo mais simples possível. Essa facilidade de produção deixa os criadores de conteúdo mais aptos a produzirem por lá, e principalmente aqueles que ainda estão num processo de experimentação da mídia, como é o caso dos universitários.

⁵ Disponível em <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1QltYNRytrbY5i9is9ek6X5ZJaYM4uk2zj4ydzSWoZzw/edit#gid=0> acesso em 8 de mar. 2022.

Para essa pesquisa, foram estabelecidas palavras chaves que tivessem relação com o tema proposto, e por consequência seriam usadas como mecanismo de busca. Os termos escolhidos foram: Covid-19, Pandemia, Coronavírus, e Quarentena. Dentro da proposta, só entraram podcasts universitários que foram produzidos no contexto da pandemia, ou seja, os produtos teriam que ter obrigatoriamente o coronavírus como protagonista da temática discutida.

Nessa pesquisa, foram incluídos como resultados somente podcasts universitários que tivessem algum vínculo com a instituição. Ou seja, podcasts produzidos por alunos de forma independente foram descartados, pois não contam como experiência laboratorial de ensino, a qual precisa de professores e orientadores durante o processo de produção. Algumas rádios universitárias também foram descartadas do mapeamento, pois muito do material delas segundo a descrição dos programas, foram elaborados por jornalistas profissionais já atuantes no mercado de trabalho, e não por alunos da graduação.

Outra etapa foi a avaliação desses dados, para isso, uma escuta atenta do material coletado foi feita, com o objetivo de analisar se as estruturas narrativas jornalísticas imersivas apareciam nos resultados. Dois episódios de cada podcast foram ouvidos para análise do material. Vale lembrar que apesar dos podcasts jornalísticos terem sido os objetivos principais nessa pesquisa, também foram analisados podcasts produzidos por outros cursos de graduação. O intuito era avaliar se algumas dessas outras áreas também optaram pelo uso de técnicas imersivas narrativas pertencentes aos autores do campo do jornalismo.

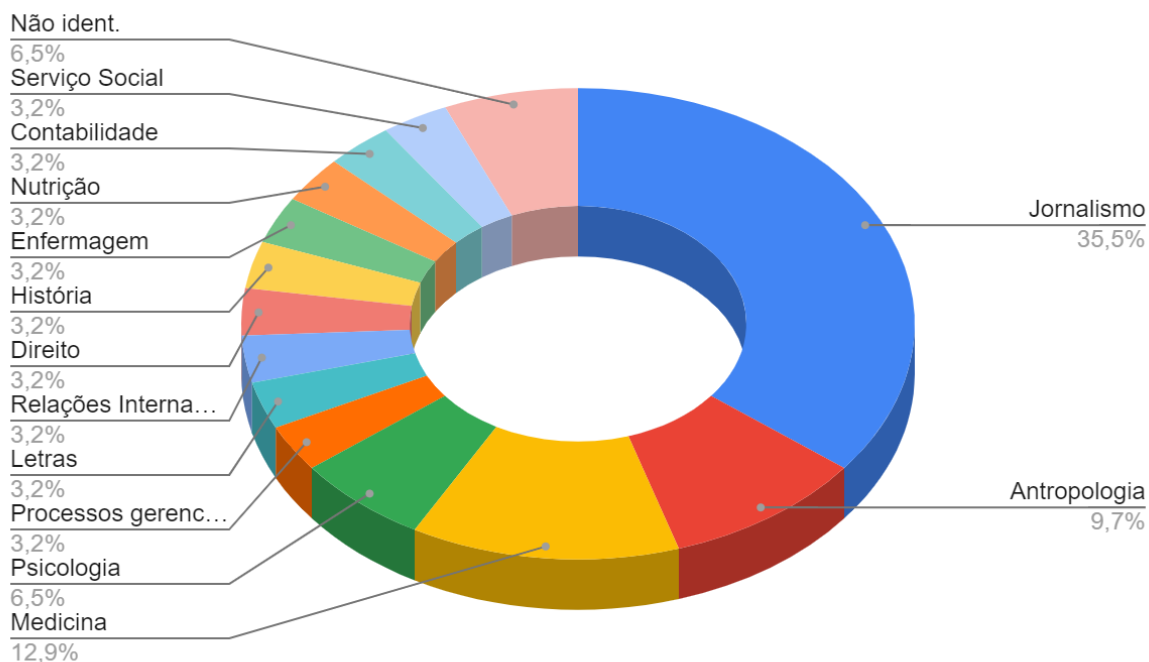
Esse mapeamento de dados sobre a produção de podcasts universitários no contexto da Pandemia, teve o intuito de obter os produtos de análise que serão discutidos ao longo deste artigo.

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Como resultado do mapeamento⁶, foram encontradas 22 séries de podcasts universitários no contexto do novo Coronavírus. Dentro dessas séries, a busca rastreou 836 episódios ao total. Fora esses resultados, foram encontrados 9 episódios especiais sobre o coronavírus em outras séries de podcasts que não discutiam esse tema. No total, foram 31 programas (entre séries e episódios especiais), somando 845 episódios, tendo em vista que as séries traziam vários episódios produzidos. Em todas as universidades da pesquisa, o mapeamento registrou um programa em cada instituição, com exceção da Universidade Federal da Paraíba, onde foram rastreados 2 programas. Esses podcasts foram produzidos e protagonizados pelo contexto da Pandemia e do novo Coronavírus, e elaborados através de projetos de extensão, iniciação científica, e atividades disciplinares pelas universidades de todo o Brasil. Podcasts feitos por alunos de graduação sem nenhum vínculo com as universidades foram excluídos dos resultados. Dentro desses termos, a pesquisa buscou aferir a quantidade de produções por áreas da graduação. Além disso, 2 podcasts de cada programa dessa cartografia foram sujeitos ao processo de escuta, com o objetivo de encontrar características da narrativa imersiva nos podcasts de cada curso.

⁶ Disponível em:

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1QltYNRytrbY5i9is9ek6X5ZJaYM4uk2zj4ydzSWoZzw/edit#gid=0> acesso em 8 de mar. 2022.

Gráfico 1 - Porcentagem de programas por áreas da graduação

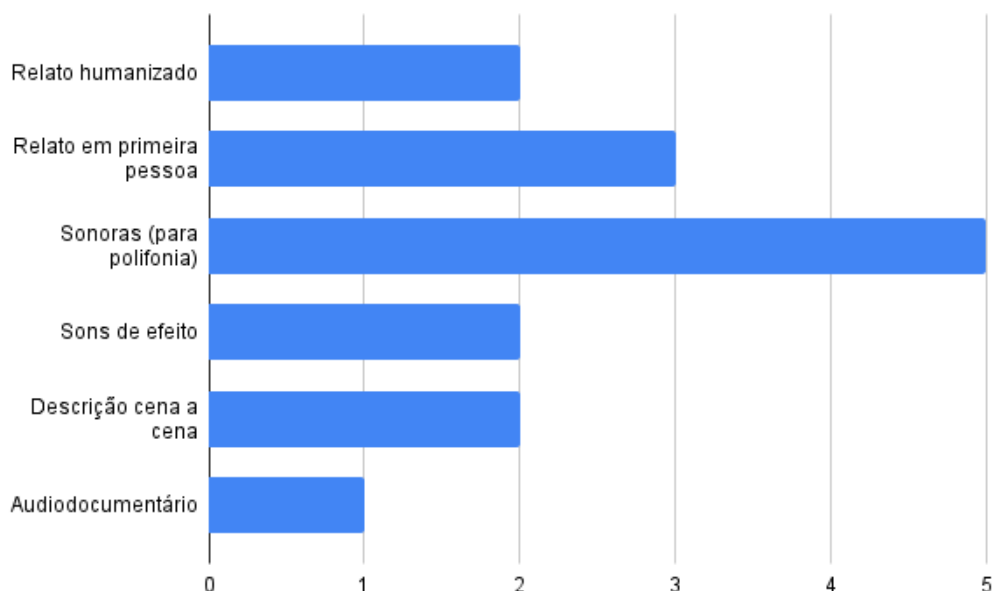
Fonte: Elaboração própria

Dentre os resultados encontrados, 10 podcasts pertencem ao campo do Jornalismo (35,3%), 3 a área de Antropologia (9,7%), 4 ao curso de Medicina (12,9%), 2 a psicologia (6,5%), 1 a Processos Gerenciais (3,2%), 1 ao curso de Letras (3,2%), 1 a área de Relações Internacionais (3,2%), 1 ao curso de Direito (3,2%), 1 a área de História (3,2%), 1 ao curso de Enfermagem (3,2%), 1 a Nutrição (3,2%), 1 a área de contabilidade (3,2%), 1 a Serviço Social (3,2%), e 2 a cursos não identificados (6,5%).

Analisando os formatos narrativos imersivos dentro dos podcasts, a área que apresentou o maior número (como já era esperado) foi o Jornalismo, com 6 podcasts dos 10 utilizando modelos narrativos de imersão dos autores dessa pesquisa. Além disso, 1 podcast da área de Direito utilizou métodos narrativos jornalísticos humanizados estabelecidos por Viana (2020); 1 na área de Letras e educação faz uso de sonoridade para garantir a polifonia, conceito proposto por Winter e Machado (2020). Fora esses resultados, 1 podcast na área de Antropologia opta pela Humanização na fala e relato em primeira pessoa denotada ao ouvinte. Logo, 3

programas fora da área da comunicação usam técnicas do Jornalismo para elaborarem seus produtos.

Gráfico 2 - Jornalismo imersivo em podcasts encontrados



Fonte: Elaboração própria

Em relação aos podcasts jornalísticos, como mostrado no gráfico acima, temos o uso de sonoras para garantir a polifonia, que é o recurso mais utilizado (aparecendo 5 vezes). Em seguida, as outras técnicas de imersão usadas são: Relato em primeira pessoa (3 vezes), relato humanizado (2 vezes), Sons de efeito (2 vezes), descrição cena a cena (2 vezes) e audiodocumentário (1 vez). Cada podcast tem a capacidade de utilizar mais de uma dessas técnicas do jornalismo imersivo.

Dentre os resultados apresentados, as técnicas com maior números de aparições são aquelas estabelecidas por Viana (2020), quando a autora fala sobre humanização do relato, fala do jornalista apresentador em primeira pessoa denotada ao ouvinte, uso de sonoras, e ambientação.

Esses elementos fazem com que a narrativa sonora seja compreendida não apenas com base em sua técnica, mas também amparada na experiência imersiva. A crescente produção de podcasts nessa modalidade retrata uma revitalização da importância do áudio ao despertar novas experiências sonoras. Se o áudio por si só pode ser considerado um formato imersivo por

essência, essas produções acusticamente elaboradas visam, ainda, tornar o ouvinte um participante no desenrolar da história, atuando como testemunha dos acontecimentos compartilhando da investigação ao lado do apresentador/jornalista. (VIANA, 2020, p. 13).

As aparições do simbolismo para a projeção de cenas propostas por Barsotti e Santa Cruz (2020) também foi um elemento corriqueiro nos podcasts universitários, aspecto esses que também se assemelham a criação do *storytelling* de Santos e Peixinho (2020). Ou seja, além da presença dessa técnica de imersão, também temos a similaridade de teses entre autores aplicadas na prática, funcionando corretamente dentro do modelo narrativo. É importante lembrar que o Storytelling, apesar de ser uma técnica proveniente do meio audiovisual, acontece também dentro da mídia de áudio. As autoras explicam que isso ocorre independente de uma tela como é comum no cinema ou na TV:

É, pois, enquanto construção pessoal e experiência íntima, livre das dimensões físicas da tela ou de um palco e de quaisquer limitações técnicas do cinema, que a história contada e ouvida através do meio eletrônico sonoro se materializa cognitivamente para o ouvinte. (SANTOS, PEIXINHO, 2019, p. 14).

Ademais, a argumentação de Silva e Oliveira (2020) com o audiodocumentário, aparece como a fórmula completa proposta em um dos programas. É importante lembrar que o Audiodocumentário é o modelo narrativo imersivo que mais preza pela importância social dentro de sua produção, procurando tratar na maioria das vezes, as problemáticas do assunto a que se refere:

As características do jornalismo se manifestam na necessidade de que as temáticas ou problemáticas socioculturais sejam fundamentadas por um trabalho de pesquisa extenso e aprofundado, utilizando dados documentais, depoimentos reais e interpretação dos fatos para analisá-los ou reconstruí-los. (SILVA, OLIVEIRA, 2020, p. 189).

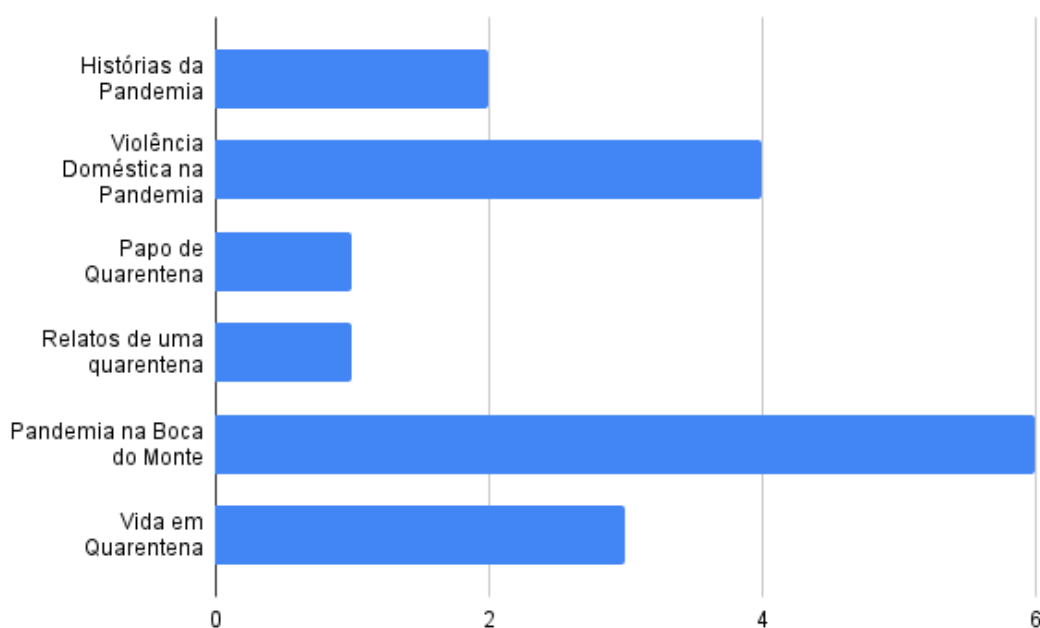
A pesquisa de Winter e Machado (2020) também mostrou resultados dentro dos podcasts postos em análise, especificamente quando falam sobre polifonia dos personagens. Para ela, essa característica deve ser essencial para qualquer criação de produto jornalístico:

Por mais que existam razões pessoais intrínsecas que influenciem na construção de determinada matéria/realidade, é mediante à polifonia que o jornalismo colabora para a democracia do país, além de consolidar uma

base intelectual que contribua para o respeito às convicções divergentes. (WINTER, FEITAL, MACHADO, 2020. p. 4).

Apesar da projeção de ambientes sonoros e a utilização de alguns recursos de áudio, técnicas como o áudio binaural e surround não foram encontradas nos produtos.

Gráfico 3 - Técnicas de jornalismo imersivo em podcasts jornalísticos.



Fonte: Elaboração própria

O gráfico acima ilustra numericamente o uso de técnicas jornalísticas de imersão narrativa por podcast jornalístico. O podcast “Pandemia na Boca do Monte” dispõe de 6 técnicas de imersão narrativa ao longo de todos os programas. Por isso, esse foi o podcast que mais se destacou na pesquisa, funcionando de forma totalmente diferente do que o modelo do rádio propõe em seu formato factual. Por outro lado, os podcasts que menos apresentaram esses artifícios foram “Papo de Quarentena”, e “Relatos de uma quarentena”, cada um com apenas uma característica da estrutura jornalística imersiva.

Todos esses programas usufruíram de forma correta do tema pandemia de Covid-19 e seus desdobramentos, entrando na proposta de explorar a capacidade narrativa e alcançar a audiência com o impacto social necessário que o tema

necessita. Neste sentido, o formato podcast demonstrou potencial para narrativas em contexto como de pandemia.

5 CONCLUSÃO

Concluimos nesta pesquisa, que o contexto dos podcasts universitários produzidos na pandemia, tem um grande potencial de desenvolver a narrativa imersiva jornalísticas dentro dos podcasts. O que acontece no estudo de Bonini (2020) com relação ao abandono dessas técnicas de imersão narrativa no podcast, e a adoção da lógica de mercado pelas grandes organizações jornalísticas, prova-se diferente no campo da produção dos laboratórios universitários. A pesquisa mostra que a comunidade acadêmica está disposta a adotar mais de um conceito do jornalismo imersivo, e além disso, comprova que um formato diferente daquilo estabelecido pelo rádio é também uma opção para produção.

O mapeamento revela também que podcasts de outras graduações, além do jornalismo, usam a fórmula narrativa jornalística para elaboração de seus produtos, ou seja, esses formatos são possíveis não só para o campo da comunicação, mas também para qualquer tipo de outra área que queira explorá-los.

Além disso, o processo de escuta do material também foi importante como forma de colocar a prova todas as argumentações debatidas no campo do podcast, pois de acordo com os resultados dessa pesquisa, muitos autores compartilham de propostas semelhantes no que se refere ao modelo jornalístico imersivo. Ou seja, os estudos não se distanciam, e sim colocam-se em convergência.

Por fim, é importante dizer que o campo da experimentação jornalística universitária foi essencial para a divulgação dos novos formatos de áudio. Outro ponto importante é a relevância da pandemia, que garantiu o boom dos podcasts e a oportunidade da exploração de narrativas humanizadas pelo contexto. Os resultados concluem que existe um cenário muito promissor quanto aos próximos produtores de podcasts jornalísticos no Brasil, o qual não só conhecem as novas fórmulas do jornalismo imersivo, mas também tentam executá-las na prática.

REFERÊNCIAS

- BARSOTTI, Adriana; SANTA CRUZ, Lucia. Jornalismo literário em podcasts: Uma análise dos roteiros do Vozes, da CBN. **Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 137-159, jan./abr. 2020.
- BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhecsky. **Radiofonias – Revista de estudos da mídia sonora**, Mariana-MG, v.11, n.01, p.13-32, jan/abr. 2020.
- CINTRA, A. M. S.; MESQUITA, L. P de; MATUAMOTO, S.; FORTUNA, M. C. Cartografia nas pesquisas científicas: uma revisão integrativa. **Fractal: Revista de Psicologia**, v. 29, n. 1, p. 45-53, jan.-abr. 2017.
- FILHO. K. P.; TETI, M. M. **A cartografia como método para as ciências humanas e sociais**. Barbarói, Santa Cruz do Sul, n.38, p.<45-59>, jan./jun. 2013.
- KISCHINHEVSKY, M. Richard Berry: “O Rádio está aprendendo muito com o podcasting”. Entrevista: Richard Berry. **Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG , v. 11, n. 01, p. 200-204, jan./abr. 2020.
- ORLANDO, Matheus Ramalho. Jornalismo esportivo em podcast: discussões sobre um formato em ascensão. **Sistema de Conferências da SBPJor, 18º encontro da sbpjor**. 2020, p. 1-16. Disponível em: <http://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2020/paper/view/2516> acesso em 05 de Abr. 2021.
- PEREIRA, A. A. S.; MONTEIRO, J. C. S. A convergência do rádio: o podcast como proposta para o jornalismo em aplicativos de streaming. **Revista comunicação, cultura e sociedade**. Dossiê “Comunicação, Cultura e seus desafios”, 11ª Edição, volume 07, 2020.
- REIS, I. A. O áudio invisível: uma análise ao podcast dos jornais portugueses. **Revista Lusófona de Estudos Culturais**, vol. 5, n. 1, 2018, pp. 209 – 225
- SANTOS, S.; PEIXINHO, S. A redescoberta do storytelling: o sucesso dos podcasts não ficcionais como reflexo da viragem. **Revista Estudos em Comunicação**, nº 29, p. 147-158, Dez. 2019.

SILVA, J. D. A.; OLIVEIRA, D. L. Audiodocumentário no cenário podcasting: por um rádio independente e de caráter social. *Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 182-199, jul./dez. 2020.

VIANA, Luana. **O áudio pensado para um jornalismo imersivo em podcasts narrativos**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 1º a 10/12/2020.

WINTER, Y.; FEITAL, Y.; MACHADO, F. V. K. Radiojornalismo diário em formato podcast: uma descrição analítica de “durma com essa” e “el primer café”. *Revista Anagrama*, vol. 1, p. 1-12, Janeiro./ Junho. 2020.