

**CENTRO UNIVERSITÁRIO DO SUL DE MINAS - UNIS
COMUNICAÇÃO SOCIAL – HABILITAÇÃO EM JORNALISMO**

GABRIEL JEFERSON ARLINDO GIAROLA

PODCAST: tabelando

Varginha

2019

GABRIEL JEFERSON ARLINDO GIAROLA

PODCAST: tabelando

Relatório de produto final apresentado ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação do Prof. Esp. Marco Antônio da Silva Leite.

Varginha

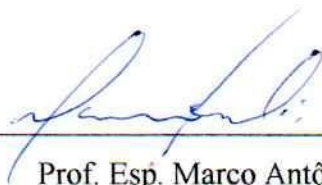
2019

GABRIEL JEFERSON ARLINDO GIAROLA

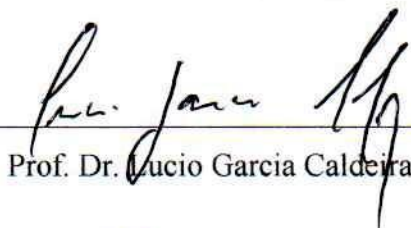
PODCAST: tabelando

Relatório de produto final apresentado ao curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo do Centro Universitário do Sul de Minas – UNIS/MG como pré-requisito para obtenção do grau de bacharel, sob orientação do Prof. Esp. Marco Antônio da Silva Leite.

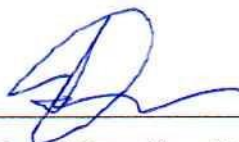
Aprovado em 05/12/19



Prof. Esp. Marco Antônio da Silva Leite



Prof. Dr. Lucio Garcia Caldeira



Felipe Marçal Repolês – Rede Mais – Record TV

Dedico esse trabalho a todos que me ajudaram na sua produção, auxiliando no meu crescimento profissional e pessoal.

AGRADECIMENTOS

À minha família, amigos e professores pelo apoio.

RESUMO

Este trabalho aborda o podcast Tabelando. Tal abordagem se faz necessária pelo fato do jornalismo viver ao longo do seu desenvolvimento uma espécie de interação contínua entre jornalista e público. Com o avanço do jornalismo interativo, as pessoas se tornam participativas, produzindo conteúdos de cunho jornalístico e se envolvendo em assuntos de interesse comum, expondo a sua opinião e criatividade. A finalidade deste trabalho é criar um podcast com a interação de pessoas comuns, com o interesse de expor suas opiniões no meio futebolístico. Esta tarefa será conseguida através de entrevistas que selecionarão os participantes de acordo com o nível de conhecimento e interação dos mesmos sobre o assunto. O relatório demonstrou que é possível que pessoas produzam conteúdos e participem de debates com a mesma qualidade dos jornalistas.

Palavras-chave: Podcast. Interatividade. Produção Radiofônica.

ABSTRACT

This work addresses the Tabelaando podcast. This approach is necessary because journalism lives throughout its development a kind of continuous interaction between journalists and public. With the advance of interactive journalism, people become participatory, producing journalist content and engaging in issues of common interest, exposing their opinion and creativity. The purpose of this work is to create a podcast with the interaction of ordinary people, with the interest of exposing their opinions in football. This task will be achieved through interviews that will select participants according to their level of knowledge and interaction on the subject. The report demonstrated that it is possible for people to produce content and participate in debates with the same quality as journalists.

Keywords: *Podcast. Interactivity. Radio production.*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Pauta	17
Figura 02 – Moto G7 Play.....	18
Figura 03 – Gravador de Voz HD.....	19
Figura 04 – Representação da função Maximize peakvalue	21
Figura 05– Representação da função LimitLevels	21
Figura 06 – Representação do resultado da aplicação dos efeitos.....	22
Figura 07 – Representação da logo do Tabelando.....	23
Figura 08 – Representação de canal do SoundCloud.....	24
Figura 09 – Representação de canal do Youtube.....	24

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	9
2 A INTERNET COMO PONTO CENTRAL	10
2.1 Cibercultura e Convergência de Mídias.....	10
3 O PODCAST	13
4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO FINAL.....	15
4.1 Pré-Produção.....	15
4.2 Roteiro	15
4.3 Equipe.....	16
4.4 Custos	16
5 PRODUÇÃO	17
5.1 Pautas	17
5.2 Equipamentos.....	18
5.3 Processo de captação de áudio	19
6 PÓS-PRODUÇÃO	20
6.1 Edição	20
6.2 Criação da Vinheta	22
6.3 Hospedagem	22
7 CONSIDERAÇÕES FINAIS	25
REFERÊNCIAS.....	26

1 INTRODUÇÃO

Este trabalho descreve o podcast tabelando e de que maneira esta ferramenta auxilia na interpretação das pessoas sobre o futebol.

Este questionamento se faz necessário devido o fato da chegada da internet, que revolucionou o modo com que as pessoas se comunicam. O rádio, no decorrer de sua história, passou por diversas transformações. Algumas mudanças foram estabelecidas por demandas sociais, políticas, econômicas e de mercado, mas o principal fator que determinou a sua evolução foi a necessidade de adaptação da mídia às ferramentas tecnológicas. Do mesmo modo que a rádio se adequou ao surgimento da televisão na década de 50, hoje ele se vê harmonizado com a convergência de mídias, que é produto da ascensão da internet e das novas mídias digitais.

É importante ressaltar também a contribuição do trabalho para a comunidade, uma vez que o Podcast Tabelando faz do público o agente principal na comunicação. A história da comunicação passa por diversas revoluções no decorrer dos anos. As teorias iniciais se baseavam em um conceito de comunicação horizontal, de cima para baixo, onde apenas existiam transmissores e receptores de informação, nestas teorias o conceito “massa” era fundamental. Já as teorias mais avançadas, concluíram que uma comunicação é baseada na troca de informação, onde não há transmissão e recepção, e sim um diálogo.

A finalidade deste trabalho é criar um podcast com a interação de pessoas comuns, com o interesse de expor suas opiniões no meio futebolístico. Esta tarefa será conseguida através de entrevistas que selecionarão os participantes do podcast, de acordo com o conhecimento, a dinâmica de linguagem e a interação de cada um. O primeiro capítulo abordará a Internet como ponto central de mídias, o segundo capítulo descreve a ferramenta Podcast, os terceiro, quarto e quinto mostram os passos de criação e produção do produto final.

2 A INTERNET COMO PONTO CENTRAL

Para entender como o podcast se tornou uma mídia acessível, deve-se compreender a internet como o centro de tudo. Com o ciberespaço, vem a difusão de conteúdos, que renova a maneira do indivíduo se relacionar no ambiente. A partir daí, novas ferramentas e novos modelos de comunicação surgem, e o podcast é produto desta combinação.

2.1 Cibercultura e Convergência de Mídias

Cibercultura é a cultura determinada pelo fenômeno da internet e da relação das estruturas tecnológicas capazes de transmitir mensagens e dados instantaneamente. O ciberespaço delimitou modelos de comunicação e de difusão da mensagem, a forma mais eficaz, notoriamente, é a on-line, uma vez que ela estreita os laços do emissor com o receptor.

A transmissão de informações digitais pode ser feita por todas as vias de comunicação imagináveis. Pode-se transportar fisicamente os suportes (discos, disquetes etc.) por estrada, trem, barco ou avião. Mas a conexão direta, ou seja, em rede ou on-line (“em linha”) é evidentemente a mais rápida (LÉVY, 2010, p.31).

Um ponto de fundamental importância neste contexto é a interatividade, que estabelece outro princípio para a comunicação, o da participação. “O termo “interatividade” em geral ressalta a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação” (LÉVY, 2010, p.81). Assim, nota-se que não existe mais a transmissão e recepção de mensagens, agora se trabalha em uma via de mão dupla, onde os dois pontos são agentes principais no processo comunicacional.

Sendo assim, o papel do jornalista neste contexto é o da mediação, uma vez que ele tem conhecimento da área, sua responsabilidade é conduzir os participantes deste processo.

“O ciberespaço como suporte da inteligência coletiva é uma das principais condições de seu próprio desenvolvimento.” (LÉVY, 2010, p. 29). A inteligência coletiva proporciona para o ciberespaço uma linha de conteúdos e materiais abrangentes e variados, criados pelos próprios usuários, determinando uma cadeia de informações adicionais. No ciberespaço é comum encontrar o que se denomina Comunidade Virtual apoiada nas ferramentas de conexão à distância. Nas comunidades virtuais usuários que partilham dos mesmos gostos produzem conteúdos em ambientes que abrangem o mesmo perfil. Assim quem gosta de futebol, por exemplo, pode criar um programa de áudio ou vídeo para veiculação na internet montando sua própria linha editorial e trabalhando seu conteúdo de maneira livre.

Uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independentemente das proximidades geográficas e das filiações institucionais. (LÉVY, 2010, p. 130).

O jornalismo se renovou com esta cultura, e trouxe para si adaptações, com a inclusão de seus meios no ciberespaço. Hoje, os veículos considerados tradicionais enxergam a internet não como um concorrente, mas sim como mais uma ferramenta para transmitir a informação, de modo diferente. O tradicionalismo do LEAD, por exemplo, cai por terra neste ambiente, e há uma renovação na linguagem e nos roteiros destes materiais.

Outro aspecto a ser abordado é a convergência de mídias, que ocorreu devido aos avanços tecnológicos e a liberdade que isso trouxe para as pessoas criarem na plataforma web.

A convergência de mídias explica a interatividade dentro de um conceito que determina a internet como uma mídia que hospeda outras mídias, ou seja, “ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia” (JENKINS, 2008, p. 27).

“Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais, dependendo de quem está falando e do que imaginam estar falando.” (JENKINS, 2008, p. 27).

Neste contexto surge o que se conhece como Cultura Participativa, que defende a participação direta dos usuários no processo da criação. Jenkins (2008) expressa que essa cultura não é demonstrada apenas por meios físicos, mas principalmente pelas ideias conjuntas que fazem dos membros da rede participantes ativos.

A expressão *cultura participativa* contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2008, p. 28, grifo do autor).

A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros de consumidores individuais e em suas interações sociais com outros. Cada um de nós constrói a própria mitologia pessoal, a partir de pedaços e fragmentos de informações extraídos do fluxo midiático e transformados em recursos através dos quais compreendemos nossa vida cotidiana. (JENKINS, 2008, p. 28).

Esta cultura se insere em um contexto de “Web 2.0” que proporciona em suas páginas botões de interação, fugindo da padronização dos antigos sites. Diante deste cenário, as rádios buscaram novos formatos de fazer jornalismo, como a adaptação da linguagem, ferramentas de transmissão na web, aplicativos para smartphone entre outros. No caso do Podcast, os

portais de notícia que seguem o conceito do jornalismo 2.0 já se adaptam aos programas, tornando ainda mais comum essa convergência.

3 O PODCAST

Podcast é uma mídia de transmissão de informações através da transferência de dados em formato de áudio, se assemelhando a um programa de rádio. Esta mídia se utiliza da internet através da tecnologia RSS (ReallySimpleSyndication), permitindo aos responsáveis pelos conteúdos a divulgação de notificações sem que os usuários precisem buscar por eles. Com os aparelhos digitais e a rede de compartilhamento de dados o podcast hoje é uma mídia muito acessível, e tem como principal característica a variedade de conteúdo.

Um podcast é um arquivo de mídia digital, ou uma coleção de arquivos relacionados, ou seja, o que é distribuído pela internet SyndicationFeeds para reprodução em players de mídia portáteis e computadores pessoais (TELLES, 2011, p. 50).

O termo “podcasting” foi citado primeiramente pelo jornalista Ben Hammersley, em um artigo do jornal britânico The Guardian. O termo surgiu da junção “pod”, que referencia o iPod, com “casting”, da expressão *broadcasting*, que significa transmissão pública e massiva de informações.

Pontuando as características desta mídia percebe-se que sua maior força é aplicada na possibilidade de criação independente, diferentemente de outros veículos. A chave desta situação é a acessibilidade, que democratiza a informação, pois ela passa a ser transmitida por todos os membros do processo de comunicação. Esta forma de propagação de conteúdos funciona como uma via direcionada, “de muitos emissores para um único receptor (muitos um)” (VANASSI, 2007, p. 58), ou seja, o poder de escolha do emissor conduz o processo de criação dos conteúdos.

Sendo assim, nota-se que a interação do podcast relacionada com a das rádios tradicionais é muito diferente, uma vez que o receptor pode criar seus conteúdos ou participar de um programa junto com um jornalista ou comunicador.

Para produzir um podcast não é necessário alto nível de conhecimento técnico, isso comprova que a acessibilidade da ferramenta é abrangente, pois com um celular e um ambiente propício a captação de áudio consegue-se um produto de qualidade.

Os formatos de áudio mais comuns dos arquivos de podcast são os WAV e os MP3, pois estes formatos são lidos e reconhecidos por grande parte dos players de áudio. O formato WAV foi desenvolvido pela Microsoft, sendo um arquivo original e não comprimido para armazenamento de áudios em computadores. Este modelo de arquivo é indicado para edições e mixagens de alta qualidade e trabalhos profissionais, explorando a qualidade máxima dos

dados. Já os arquivos de MP3 são formatos de áudio comprimidos com perda de qualidade. Esta perda é praticamente imperceptível aos ouvidos humanos. A taxa padrão de kbps (*quilobits* por segundo) é de 128, que reduz o tamanho do arquivo original em 90%. A taxa máxima de bits é a de 320 kbps, que atinge a qualidade máxima do formato MP3, reduzindo o arquivo original em 75%. Sendo assim, para uma produção de podcast independente, o arquivo MP3 é o mais vantajoso, pois reduz consideravelmente o tamanho do arquivo mantendo quase 100% da qualidade.

Outro aspecto que deve ser levado em consideração na hora da produção do podcast é o público alvo, que será norteado pelo tema abordado no programa. Embora o número de podcasts que exploram o mesmo tema seja grande, existe um nível de subjetividade em cada um, que é capaz de torná-lo único.

Segundo pesquisa realizada pela Associação Nacional de Editores de Revistas (ANER) e Associação Nacional de Jornais (ANJ), mesmo o podcast sendo um fenômeno recente ele já é conhecido por grande parcela de brasileiros, que já incluíram em suas rotinas o hábito de ouvir este tipo de programação. Segundo dados, 4 em cada 10 brasileiros já ouviram algum programa de áudio pela internet, atingindo um número aproximado de 50 milhões de pessoas. (ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS, 2019)

O podcast é uma ferramenta poderosa para o jornalismo esportivo, pois a editoria necessita de interatividade constante com o público, e também, por ser uma área de amplas interpretações, fomenta o debate entre as pessoas, agregando ainda mais valor ao produto.

4 DESCRIÇÃO DO PRODUTO FINAL

O Podcast *Tabelando* tem como principal característica a participação de pessoas anônimas, que expõem suas opiniões sobre o futebol dentro do programa. A ideia é debater assuntos relacionados ao futebol, mostrando o ponto de vista dos participantes e cruzando informações, para melhor informar o público.

A linguagem do produto foge dos padrões tradicionais do jornalismo, e não existe um roteiro fixo, fazendo com que o apresentador conduza os participantes e determine os pontos abordados durante a gravação. A dinâmica é baseada na resenha esportiva, uma espécie de mesa redonda, comum nos podcasts esportivos, que permite a naturalidade do discurso, o uso de jargões e gírias. Em um programa onde haja mais entretenimento é comum usar o papo mais descontraído, amigável, com nuances da forma coloquial, sem muitas restrições.

4.1 Pré-Produção

A pré-produção foi o momento de definição dos participantes, realizada através de entrevistas que selecionam aqueles que tinham melhor dinâmica e maior entendimento do assunto, dentre todos os entrevistados. Após esta seleção, definimos os locais de gravação e as datas que melhor adequavam às agendas dos selecionados. No dia 06 de Setembro de 2019 fizemos a primeira reunião para definir como seria a dinâmica dos programas e também como seria o processo de captação dos áudios, edição e publicação do material.

4.2 Roteiro

O roteiro buscou explorar e evidenciar a participação de todos os convidados, desde a iniciação da pré-produção até a realização das gravações. Por ser um produto independente, cada episódio do podcast apresentou uma característica, desenhada pela subjetividade de cada participante.

De maneira geral, a estrutura do podcast segue uma linha cronológica. No início apresentam-se o criador e os convidados, posteriormente o apresentador cita as manchetes do programa e a partir daí os convidados debatem sobre elas. Ao final, o quadro “Mano a Mano” comparava personalidades do futebol. Esta linha de roteiro tem como referência a maioria dos podcasts do Brasil.

4.3 Equipe

O presente autor foi o responsável por apresentar o programa, mediar as informações, editar e publicar todo material. Os participantes foram: Diego Vilela, 38 anos e Haroldo Neto, 23 anos, todos residentes na cidade de Três Corações.

4.4 Custos

Por ser uma produção independente e de fácil captação não houve custos significativos. Foram utilizados materiais próprios na captação e edição do material, além de parceria para locação do estúdio, sem gastos de deslocamento dos participantes.

5 PRODUÇÃO

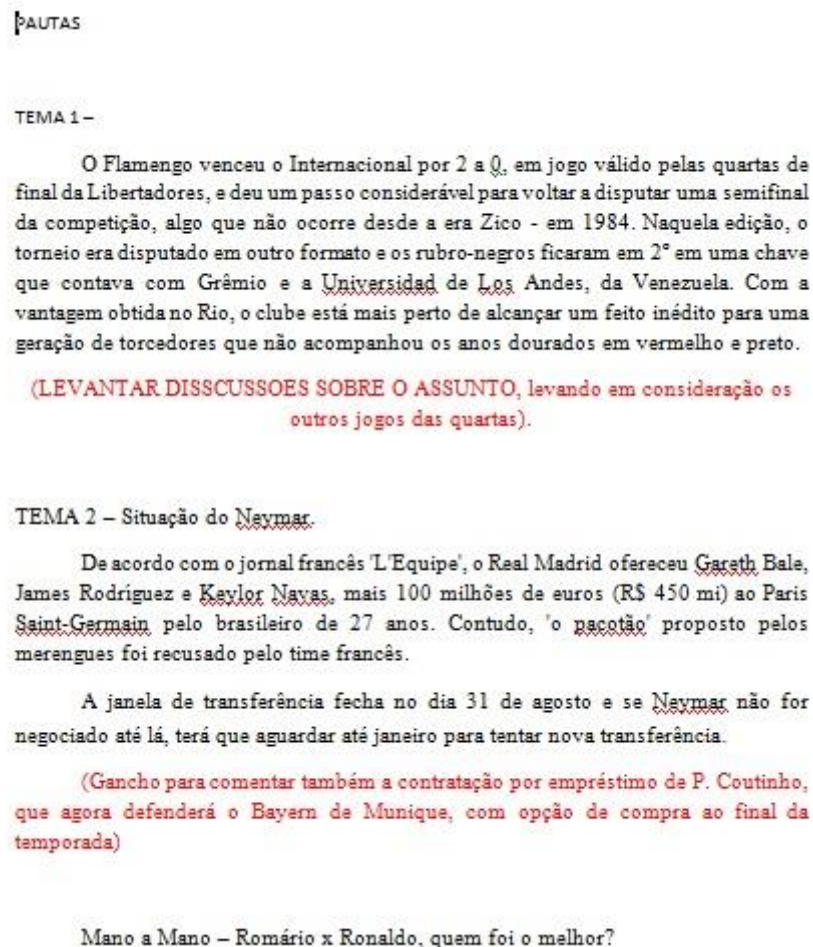
A produção do Podcast foi realizada entre 19 de Setembro de 2019 e novembro de 2019. Durante as gravações foram dadas todas as orientações aos participantes, buscando explorar a naturalidade de cada um.

Não foram utilizados equipamentos sofisticados no processo de captação do áudio, e o processo de edição foi simples, com um software disponível para acesso de todos.

5.1 Pautas

As pautas do tabelando eram definidas de acontecimentos atuais, e também buscavam debater em uma parte do programa fatos históricos e dados de jogadores, times e treinadores, comparando-os.

Figura 1 - Pauta



Fonte: O autor

5.2 Equipamentos

Foi utilizado o Smartphone Moto G7 play, com sistema operacional Android 9 pie. É considerado um aparelho completo, com várias funções. Começando pela possibilidade de conexão móvel de alta velocidade, que pode chegar a 100 Mbps, através do modo LTE 4G. Além disso, tem uma memória interna de 32 GB com uma memória expansível de Micro SD, podendo chegar até 512 GB. As gravações de áudio foram realizadas com o microfone do aparelho, mantendo a qualidade de áudio e com o auxílio de um aplicativo, o Gravador de Voz HD, um condensador de áudio que elimina os ruídos na gravação.

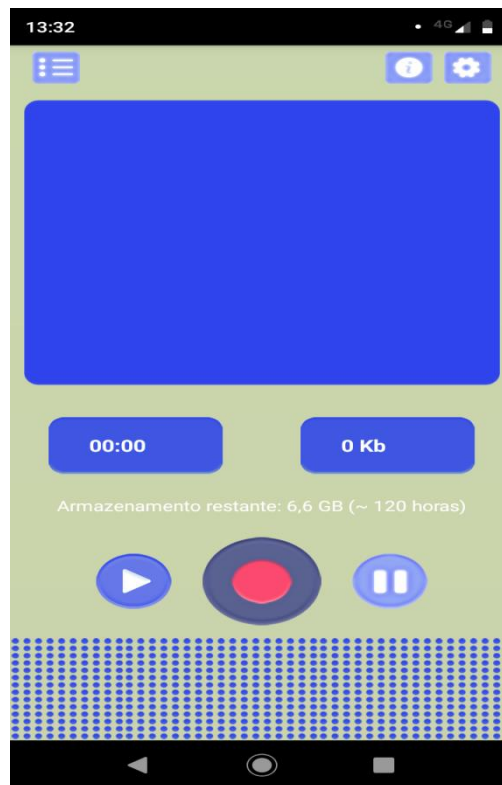
Figura 2 – Moto G7 Play



Fonte: Motorola (2019)¹

¹<https://www.motorola.com.br/moto-g7-plus/p>

Figura 3 – Gravador de Voz HD



Fonte: O autor

5.3 Processo de captação de áudio

Todo processo de captação de áudio foi realizado pelo produtor deste podcast, em um estúdio. A princípio realizou-se a captação no estúdio da rádio Tropical de Três Corações, mas devido à disponibilidade de horários dos participantes deslocamos este processo para um home-estúdio, localizado na casa de um deles. Durante a gravação, os participantes foram orientados a não se mexer, não usar objetos e ficarem em silêncio, para que não houvesse interferência sonora externa.

6 PÓS-PRODUÇÃO

A pós-produção resultou no tratamento do áudio, verificando o mesmo para um volume constante e padrão, cortes de erros de gravação, coerência e linearidade do material. Além disso, a criação de uma vinheta para o programa, utilizando artifícios de locução e uma música relacionada ao tema. Outra ferramenta utilizada foi a trilha de fundo (BG), que acompanha as falas até o fim do programa.

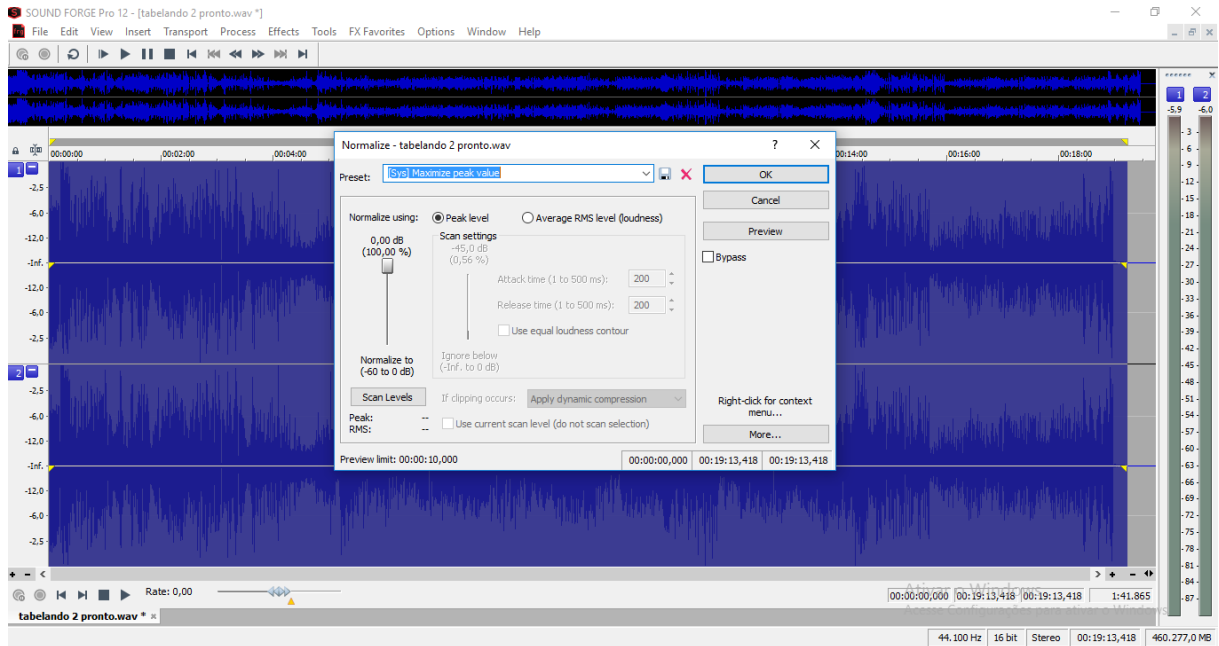
6.1 Edição

A edição do *Tabelando* foi inteiramente realizada no software Sony SoundForge Pro 12, um programa que tem todos os recursos de edição e mixagem de áudio, permitindo agilidade na edição e na inserção de faixas de áudio.

A edição se baseou na naturalidade dos convidados, deixando uma dinâmica bem solta, sem muitos cortes secos para não robotizar a fala do personagem. Como no processo de captação já fora utilizado um condensador para eliminar os ruídos, não foi necessário utilizar outro recurso do software para esta finalidade.

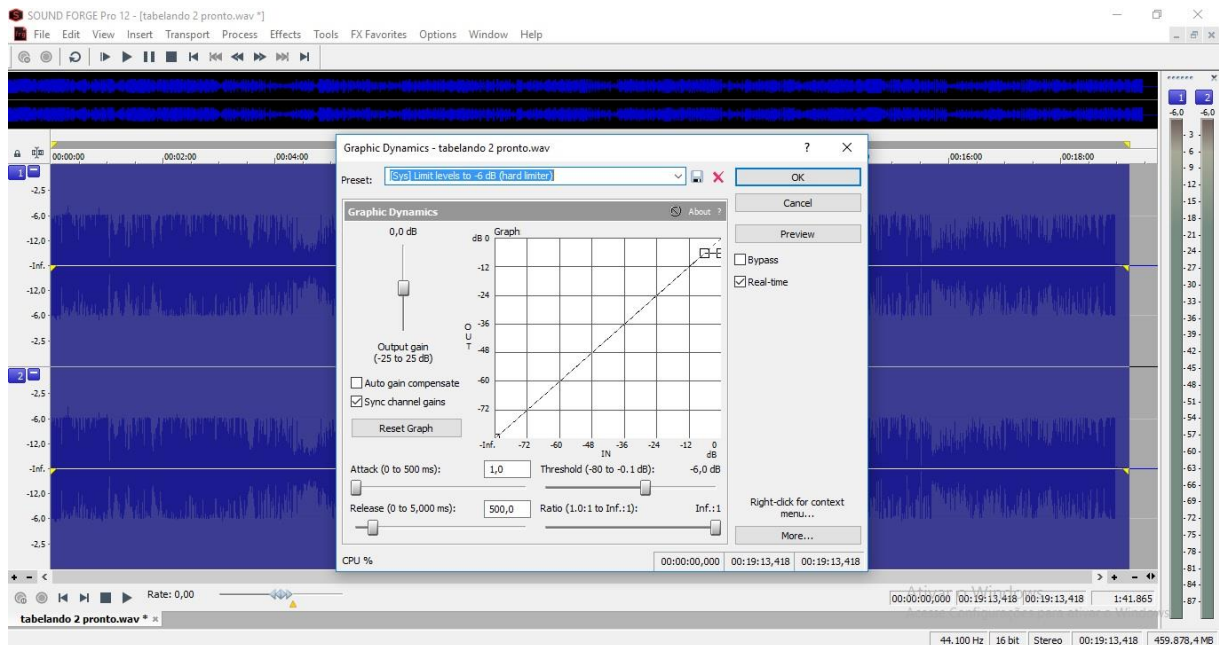
O primeiro passo da edição foi estabilizar o volume das falas, que por características pessoais estavam em níveis diferentes. Para isso, foi utilizado o processo de normalização das faixas com a função “Maximize peakvalue”, e após esta etapa, com o áudio já normalizado, utilizamos o efeito Graphic Dynamics, com a função “limitlevels”, estabilizando assim o nível das faixas.

Figura 4 – Representação de função” Maximize peakvalue”



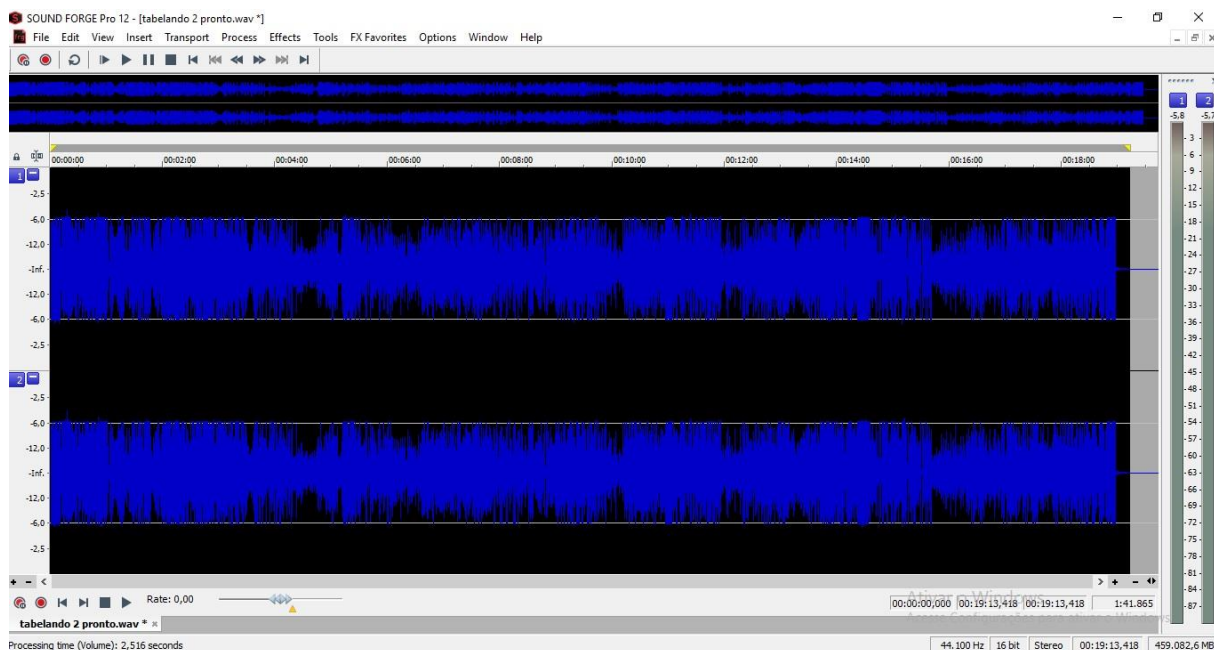
Fonte: O autor

Figura 5 – Representação de efeito “LimitLevels”



Fonte: O Autor

Figura 6 – Representação de resultado da aplicação dos efeitos



Fonte: O autor

Este processo foi repetido em todos os episódios do podcast, visando manter um padrão de qualidade para o produto.

6.2 Criação da vinheta

Pensando em dar uma identificação para o programa, foi criada uma vinheta que utilizou de artifícios da web. O primeiro foi a inclusão de partes de duas entrevistas de personalidades do futebol, e a segunda foi a locução da frase “A partir de agora Tabelando, a sua resenha futebolística”.

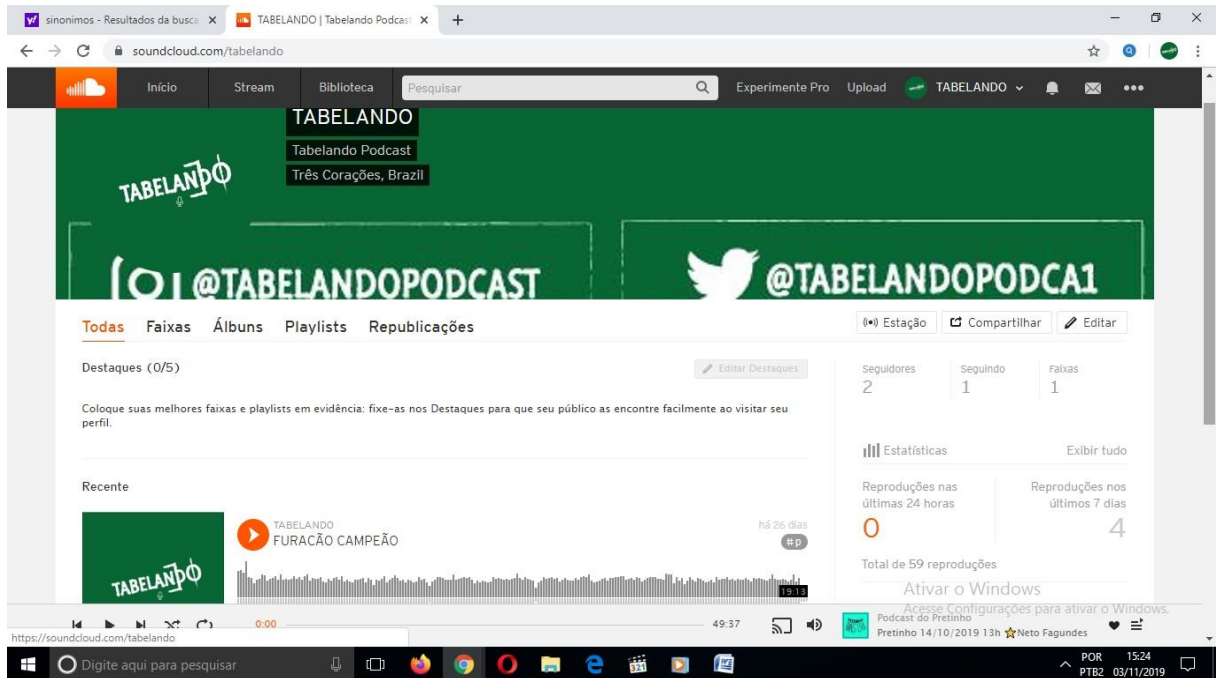
6.3 Hospedagem

Para hospedagem dos materiais foram utilizados dois sites: O Youtube e o SoundCloud, pois são sites de uploads gratuitos. Foram criados canais do Tabelando nos dois sites, com a criação de uma logo de identificação do produto.

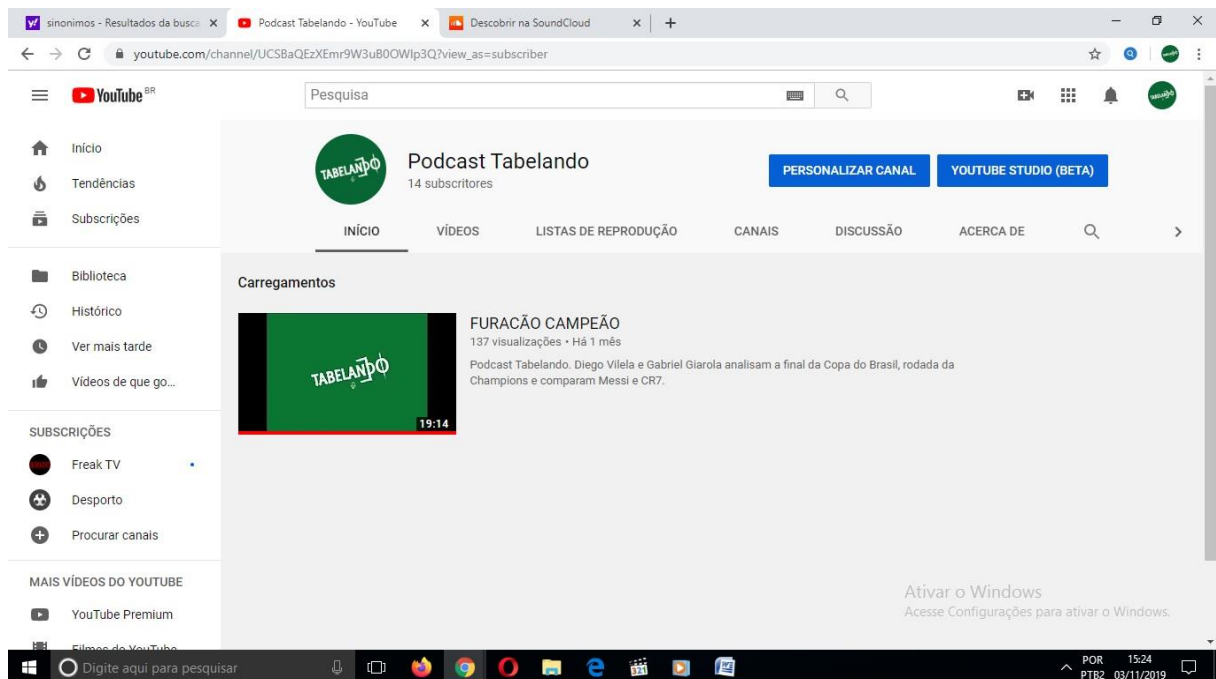
Figura 7 – Representação de Logo do TabelaND



Fonte: O Autor

Figura 8 – Representação de canal do SoundCloud²

Fonte: O autor

Figura 9 – Representação de canal do Youtube³

Fonte: O autor

² <https://soundcloud.com/tabelando>

³ <https://www.youtube.com/channel/UCSBaQEzXEmr9W3uB0OWlp3Q>

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O advento da internet rendeu novos conceitos de comunicação, entretenimento e informação. Neste contexto o ciberespaço redireciona completamente as relações entre os indivíduos (usuários), alterando os processos de recepção, emissão e mensagem.

Como vimos neste produto, a figura ativa do público neste ambiente revolucionou os antigos padrões da mídia e a comunicação de massa passou a ser fragmentada, de acordo com os gostos e as escolhas de cada pessoa.

Dentre as novas ferramentas de mídia que surgem com a internet, o podcast é uma das mais importantes e mais consumidas, baseadas na sua dinâmica e acessibilidade, possibilidades de hospedagem grátis e linguagem e temas variados.

É importante destacar que antes desta ferramenta surgir, não era possível que pessoas criassem esse tipo de conteúdo sem que estivessem empregadas em rádios, como locutores, comunicadores ou jornalistas.

O podcast *Tabelando* proporcionou voz ativa a indivíduos que queriam participar de programas esportivos e antes não tinha acesso e mostrou que existe um nivelamento de conhecimento entre jornalista e público, e que a participação é fundamental para progredir o jornalismo. A criação deste produto pode despertar em outras pessoas a mesma iniciativa, e futuramente, outros produtos podem seguir o mesmo modelo.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE JORNAIS. **Pesquisa detalha o potencial de crescimento dos podcasts no Brasil**. 2019. Disponível em: <<https://www.anj.org.br/site/conselhos/73-jornal-anj-online/20751-pesquisa-detalha-o-potencial-de-crescimento-dos-podcasts-no-brasil.html>>. Acesso em: 04 nov. 2019.

JENKINS, Henry. **Cutura da convergência**. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2008.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. Aleph. 3. ed. São Paulo: Ed. 34, 2010. 270p.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**. 2. ed. São Paulo: M. Books do Brasil, 2011. 211 p.

VANASSI, G.C. **Podcasting como processo midiático interativo**. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2007. Disponível em <<http://bit.ly/1n8lkgH>> Acesso em: 11 Junho 2019.