

Das ondas aos bits: uma experiência interdisciplinar na produção da série de podcasts *Ciber UFV*¹

Rafael FIALHO²

Washington LUIZ³

Marcelle LOUISE⁴

Carlos D'ANDRÉA⁵

Kátia FRAGA⁶

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO: O presente trabalho trata de uma atividade realizada pelos estudantes de Jornalismo da UFV durante o primeiro semestre de 2011 para as disciplinas de Cibercultura e Radiojornalismo I. Unindo teoria e prática, a série de podcasts *Ciber UFV* tem o objetivo de abordar a cibercultura de modo acessível e esclarecedor, aliando a prática do radiojornalismo a temas relacionados à internet, seus usos e apropriações.

PALAVRAS-CHAVE: Podcast; cibercultura; radiojornalismo; interdisciplinaridade.

1. INTRODUÇÃO

Este artigo trata da série de podcasts *Ciber UFV*, produzida por estudantes de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa como atividade avaliativa das disciplinas “Radiojornalismo I” e “Cibercultura”. Os dez programas visam instruir o ouvinte a respeito das mais diversas temáticas da cibercultura, de maneira simples e ao mesmo tempo analítica.

Tendo em vista a estreita relação entre o radiojornalismo e a cibercultura que sustenta o *podcast*, os professores das respectivas áreas decidiram desenvolver uma atividade interdisciplinar, unindo seus conteúdos para produzir algo diferente e proveitoso para os dois campos da Comunicação. Os programas abordam os temas atuais mais relevantes no que diz respeito à internet; seus usos, apropriações e o contexto social que ela gera. Entre os assuntos, estão perfis falsos na rede, compras coletivas, difusão musical e

¹ Trabalho submetido ao Expocom – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação Sudeste 2012.

² Aluno líder do grupo e estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, email: rafaelbfialho@gmail.com.

³ Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, email:wash.luiz.motta@gmail.com

⁴ Estudante do 5º Semestre do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, email:marcelle.alves@ufv.br

⁵ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, email: carlos.dandrea@ufv.br

⁶ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, email: katiafraga@ufv.br.

inclusão digital, por exemplo. Os programas estão disponíveis no blog da disciplina “Cibercultura”, e podem ser ouvidos no link <<http://www.com.ufv.br/disciplinas/cibercultura/category/podcasts2011/>>.

Como meio de comunicação democrático, o rádio teve a sua inserção na internet e se tornou também um meio de comunicação em rede. Nesse contexto, a internet promoveu uma nova configuração na atividade radiofônica, que sofreu intensas mudanças e permitiu aos usuários desempenharem uma função pouco exercida no *mass media*.

Agora, qualquer um pode produzir seu próprio programa de rádio e ainda escutá-lo em qualquer lugar, sem a necessidade de aparelho para captar o sinal. A portabilidade, que desde o início da história do rádio se mostrou uma de suas grandes vantagens (MEDITSCH, 2001), alcança uma proporção muito maior, afinal, é mais fácil ouvir músicas pelo *Iphone* do que sair carregando um rádio a pilha, por menor que ele seja. Embora mais tardiamente que o jornal e a televisão, o rádio veio mostrar que também tem lugar na internet, e inovou com uma nova modalidade de produto que ficou conhecida como *podcast*.

A própria etimologia da palavra já mostra o caráter inovador do *podcast*. O termo é derivado da junção de “Ipod”, o tocador de MP3 da Apple, com “casting”, que em inglês significa transmissão. Nada de um estúdio amplo e locutores com vasta experiência: agora só basta um microfone e um software para que algum internauta produza qualquer programa. Se o sistema produtivo, nesse caso, foi simplificado, no âmbito de conteúdo houve uma diversificação sem precedentes, devido à facilidade de produção e compartilhamento. Apesar de existir desde 2001, a prática do *podcasting* se popularizou entre 2004 e 2005 devido ao *boom* da Web 2.0, possibilitando avanços técnicos capazes de dar suporte a sites de armazenamento dos áudios produzidos (HERSCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2008). Herschmann e Kischinhevsky (2008) explicam a lógica do *podcast*:

O internauta se cadastra num endereço eletrônico, instala programas agregadores e de leitura de arquivos digitais de áudio (que podem ser baixados gratuitamente via internet), busca *podcasts* de sua preferência e, a partir daí, recebe os programas (também chamados “episódios”) em seu computador. No *podcasting*, diferentemente da radiodifusão convencional, a recepção é assíncrona, cada indivíduo decide quando e onde vai ouvir o conteúdo assinado. O *podcast* é descarregado no computador e, a partir daí, pode ser consumido imediatamente ou copiado para um tocador multimídia (telefone celular, iPod, MP3 players), sendo fruído de uma única vez ou de forma fragmentada (HERSCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2008, p. 103).

Por sua vez, o jornalismo se apropriou do *podcast* e apostou na variedade de temas para atrair o público.

A segmentação é a marca dos *podcasts* jornalísticos, uma vez que o ouvinte pode escolher qual tipo de informação vai “baixar” para o seu aparelho: política nacional, política internacional, macroeconomia, agronegócios, basquete, vôlei, futebol, cinema, teatro, música clássica, dança, violência urbana ou o que mais estiver ao alcance da imaginação dos responsáveis pela produção de conteúdo (VAISBIH, 2006, p. 22).

Outro artifício para difundir os *podcasts* jornalísticos foi a mudança de abordagem do conteúdo. Já que o público já estava bem provido de notícias na internet e demais meios de comunicação, nada mais oportuno que investir na análise da informação. Assim, o *podcast* acena como uma possibilidade mais analítica e aprofundada. Tais produtos são compostos de apenas seleções de músicas, entrevistas com especialistas, comentários ou apenas conversas informais entre internautas que entendem de determinado assunto, ou seja, cada *podcast* pressupõe um nicho, um grupo de pessoas que estarão interessadas em ouvir um pouco mais sobre assuntos específicos – tão interessadas a ponto de baixar e transferir para um player.

Assim, o *podcast* apresenta como principais diferenciais seu perfil de análise dos conteúdos abordados e a portabilidade que possui: “Se não for analítico, o *podcast* jornalístico não tem razão de existir. A portabilidade é o seu grande trunfo, já que não pode ser ao vivo” (VAISBIH, 2006, p. 23).

Em 2009 foi realizada a segunda edição da *PodPesquisa*, um estudo que visa conhecer o público dos *podcasts*, seus usos, apropriações e demais aspectos. Foram ouvidas 2.487 pessoas, e os resultados do estudo, que estão disponíveis na internet⁷, merecem ser discutidos, mesmo que brevemente.

Os ouvintes são majoritariamente do sexo masculino, e têm de 21 a 30 anos de idade. Eles são solteiros, têm formação superior e estão empregados, atuando na área de tecnologia. Constatou-se que um usuário ouve, em média, cinco *podcasts* por dia, num player comum e simultaneamente a outra atividade qualquer. Os *podcasts* são, em sua maioria, brasileiros, e os temas mais populares são humor, TV, tecnologia, games e arte. De acordo com os internautas que responderam o questionário, o aspecto mais importante de um *podcast* é o entretenimento que ele proporciona, e em menores proporções, estão itens

⁷ Site PodPesquisa. Disponível em <<http://www.podpesquisa.com.br/resultado/>>. Acessado em 5 mar. 2012.

como locução e qualidade de áudio. O tempo ideal de um *podcast* é, conforme os dados, de 31 a 60 minutos, o que confirma a afirmativa de que o público desse tipo de produção busca algo mais aprofundado, pormenorizado, e que portanto, gasta mais tempo⁶.

2. OBJETIVO

A série *Ciber UFV* busca tratar os temas ligados à cibercultura de modo simples e acessível a qualquer internauta. Para isso, aposta em uma linguagem clara, mas com abordagem aprofundada, procurando não só expor os temas, mas provocar uma reflexão por parte dos ouvintes. Se pensarmos o *podcast* como um produto que une o rádio e a internet, podemos vislumbrar ainda a riqueza de possibilidades de aprendizagem em sua produção. Assim o projeto visa promover também a assimilação das técnicas de produção radiojornalística aliadas a uma plataforma de internet, o que reitera a interdisciplinaridade da iniciativa.

3. JUSTIFICATIVA

Do ponto de vista do radiojornalismo, a atividade é importante para consolidar as etapas da produção, desde a pauta até a edição, passando pela apuração e entrevista. Nesse caso, houve mais um desafio: conciliar a linguagem do rádio – texto mais curto, simples – às temáticas mais complexas da cibercultura e à abordagem de análise mais aprofundada que o *podcast* pressupõe.

Já no que diz respeito à cibercultura, a atividade foi essencial para fixar a base teórica dada na disciplina e ir além, buscar as causas e variáveis das questões abordadas em cada programa. Certamente, se não houvesse a produção dos *podcasts*, a discussão ficaria restrita ao momento das aulas; mas diferentemente disso, o debate extrapolou a sala de aula e ganhou o mundo, pois os programas estão disponíveis na internet.

Quem ouve os *podcasts* conta com os temas mais variados ligados ao contexto midiático da internet. Contudo, apesar da complexidade de certos temas (termos difíceis de entender, por exemplo), a abordagem dos repórteres é um grande diferencial do projeto: tudo é simplificado o máximo possível, e há o emprego de uma linguagem direta, quase

didática, no sentido de instruir os ouvintes e ainda fazê-los refletir ativamente sobre os assuntos abordados, sempre com uma prestação de serviço. Por exemplo, no programa “Mundo *Fake*”, primeiro há a explicação do tema, suas várias vertentes, e por fim, uma análise das implicações no comportamento das pessoas que aderem às falsas identidades na internet. Para isso, entrevista-se uma psicóloga, que fala sobre os perigos de se relacionar nas redes sociais com perfis fictícios – nesse caso, há o estímulo de uma reflexão séria sobre a questão das identidades na web.

Devido a sua abordagem direta e rica, os *podcasts* da série *Ciber UFV* acenam ainda como um produto eficaz para ser utilizado em sala de aula. A edição dinâmica, linguagem clara e proximidade dos temas com a realidade dos alunos possibilita um aproveitamento até maior que a leitura individual de um texto, por exemplo.

Aqui vale destacar uma peculiaridade dos programas: os temas são gerais, mas o escopo é majoritariamente local. Como exemplo temos a edição que fala da difusão musical através da web, questão que merece discussão em qualquer parte do planeta, e que é abordada na série no âmbito da cidade de Viçosa. Essa lógica confere aos produtos um forte caráter “glocal” (RUBIM, 2000). Como a própria palavra sugere, o termo exprime uma mescla; um contexto em que nada é totalmente global ou local; as dimensões particulares e universais são coexistentes e interdependentes, nutrem umas às outras.

Como expressão dessa “tensão positiva” entre Viçosa e a internet como um todo, os *podcasts* ganham mais apelo junto ao público, mais assimilação, pois talvez seria mais difícil entender questões como a difusão cultural na internet sem a aplicação à realidade de uma cidade em específico, o que garante uma melhor visualização do tema. Logo, os trunfos da série são a interdisciplinaridade, que proporciona aprendizado “em dobro”, a simplicidade com que os temas são tratados e a abordagem glocal da maioria dos temas, que trazem assimilação e aplicabilidade aos produtos.

4. MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Desde o início, a proposta seria realizar uma atividade interdisciplinar com a disciplina “Radiojornalismo I”, e então delimitou-se o tema geral: a cibercultura e suas expressões. Primeiramente houve uma aula teórica sobre o conceito e a produção do *podcast*, em que os dois professores envolvidos no projeto estavam presentes. Depois disso a turma foi dividida em grupos, que sugeriram assuntos específicos dentro do escopo já

definido. As pautas foram autorizadas pelo professor de Cibercultura e logo depois começou a apuração. As etapas de gravação e edição foram supervisionadas pela professora de Radiojornalismo.

Em seguida, os trabalhos foram avaliados conjuntamente em uma aula pelos dois professores, que também ouviram uma espécie de “defesa” dos trabalhos. Nessa etapa houve um debate interessante dos temas expostos nos *podcasts*, no qual os alunos comentavam e avaliavam os trabalhos de toda a turma. Além disso, o professor de Cibercultura fazia algumas pontuações sobre tais temas, e a professora de Radiojornalismo comentava sobre os aspectos técnicos.

Por último, os *podcasts* foram reeditados e foi separada uma aula exclusiva para os alunos colocarem os programas no site de armazenamento, o *Podomatic*. Este site permite que os *podcasts* fiquem disponíveis para reprodução e *download*, como estão até hoje. Nessa aula, os alunos foram acompanhados pelo monitor de Cibercultura, que sanou as dúvidas referentes ao processo de inserção dos arquivos no diretório. Os links e as sinopses foram adicionadas ao blog da disciplina.

Blog da disciplina Cibercultura



[Home](#) | [Sobre a disciplina](#) | [Leituras](#) | [Posts](#) | [Podcasts](#) | [Trabalho final](#)

Pesquisa

Pesquisar por:

Pesquis

Lista de Links

Blog Cybercultura (UFC)

Links salvos por @carlosdand no Diigo

Lista JOL/Cibercultura no Twitter

Categorias

Podcasts (2011) (10)

Tags

André Lemos Brasil celular

Cibercultura

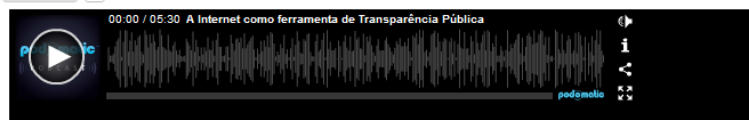
ciberufv comunidades

virtuais Copyrigh Creative

#CiberUFV – A Internet como Ferramenta de Transparência Pública

Posted on 6th junho 2011 in [Podcasts \(2011\)](#)

[Tweet](#) 0



Recentemente, o vazamento de informações diplomáticas sigilosas de vários países através da Wikileaks tem causado comoção pública. Vem à tona discussões sobre a vida pública e fica claro a demanda crescente da população por transparência. Nesse contexto, é interessante analisar a internet como ferramenta de transparência e como a rede tem contribuído para tornar mais acessível às pessoas em geral informações sobre os bastidores da política.

Este podcast foi produzido por alunos do curso de Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa: Isabela Zampier, Letícia Abelha, Nina Koziolk e Taís Pires . Apoio técnico: Luan Santos e Murilo Araújo Orientação: professores Carlos d’Andréa e Kátia Fraga.

Você também pode fazer o [download](#) deste podcast, ou [assinar o RSS](#) da série [#CiberUFV](#).

comments: [0](#)

tags: [ciberufv](#) [internet](#) [transparência pública](#)

Figura 1: Página inicial do Blog da Disciplina Cibercultura. Disponível em <http://www.com.ufv.br/disciplinas/cibercultura/category/podcasts2011/>. Reprodução.

5. DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

A série *Ciber UFV* foi produzida pelos alunos do terceiro período do curso de Comunicação Social/Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa. Ao todo, são dez *podcasts*, com duração média de cinco minutos cada. A apresentação varia de um ou mais locutores. Os *podcasts* obedecem a uma estrutura composta por vinheta de abertura, locução, sonorais, músicas, efeitos, ficha técnica e vinheta de encerramento. Depois de prontos, os *podcasts* ficam disponíveis no blog da disciplina⁸. Abaixo seguem as sinopses de cada um deles:

- a) *Mundo Fake*: O *podcast* trata do fenômeno *fake*, a criação de perfis falsos nas redes sociais. Há uma abordagem comportamental do tema, buscando as razões principais para esse comportamento e suas consequências. O programa conta com orientações da psicóloga Andrea Olimpio para que a prática não se torne um problema e traz depoimentos de perfis *fakes* e informações do NPPI, grupo de pesquisa da PUC-SP que presta auxílio via internet aos interessados⁹.
- b) *A Internet Como Ferramenta de Transparência Pública*: o *podcast* retrata o vazamento de informações diplomáticas sigilosas de vários países por meio da *Wikileaks*. O fato traz à tona discussões sobre a vida pública e fica claro a demanda crescente da população por transparência. Nesse contexto, o programa analisa a internet como ferramenta de transparência e investiga como a rede tem contribuído para tornar mais acessível às pessoas em geral informações sobre os bastidores da política¹⁰.
- c) *Difusão Musical Pela Internet em Viçosa*: Este *podcast* mostra músicos da cidade de Viçosa que tiveram seu trabalho conhecido através da internet, como principais exemplos o sambista Brás Samba e o advogado Lucas Carvalho. Eles relatam o processo de divulgação de suas respectivas músicas através da rede e acrescentam informações sobre a dinâmica da transmissão de conteúdos musicais pela internet¹¹.
- d) *Modelos de Negócio na Internet*: Para entender os modelos de negócio surgidos na Internet, os repórteres conversam com os criadores de dois dos grandes portais que

⁸ <http://www.com.ufv.br/disciplinas/cibercultura/category/podcasts2011/>.

⁹ Disponível em <<http://www.com.ufv.br/disciplinas/cibercultura/2011/06/mundo-fake/>>. Acessado em 8 mar 2012.

¹⁰ Disponível em <<http://www.com.ufv.br/disciplinas/cibercultura/2011/06/ciberufv-%e2%80%93-a-internet-como-ferramenta-de-transparencia-publica/>>. Acessado em 8 mar 2012.

¹¹ Disponível em <<http://www.com.ufv.br/disciplinas/cibercultura/2011/06/ciberufv-difusao-musical-pela-internet-em-vicosa/>>. Acessado em 8 mar 2012.

se destacam por sua visibilidade e rentabilidade. Um jornalista recém-formado, conta que optou por seguir sua carreira e gerar renda, investindo em um projeto experimental criado durante sua graduação¹².

- e) Compras Coletivas na Internet: O *podcast* aborda compras coletivas virtuais na cidade de Viçosa, tendo em vista que a implantação desse sistema é algo recente. Para tal discussão, foram entrevistados o professor da PUC-Minas especialista em comércio eletrônico, Caio César; comerciantes que anunciaram em sites de compras coletivas; o representante do *Quero Pagar Pouco*, Luís Félix; e uma consumidora que gosta de comprar nesses sites¹³.
- f) Serviços de Internet em Viçosa: a cidade de Viçosa enfrenta sérios problemas com os serviços comerciais de internet. Por ser uma cidade universitária e demandar de grande procura na área, há uma demanda intensa pela população, e esta não tem sido atendida satisfatoriamente há algum tempo. Para aprofundar o assunto, o *podcast* ouve, além da opinião popular, o diretor da Diretoria de Tecnologia da Informação da UFV, um analista de suporte e alguns provedores de serviços de internet em Viçosa¹⁴.
- g) O Fenômeno das *Lan Houses*: No país, existem aproximadamente 108 mil *lan houses*; 45% do total de usuários acessam a internet nesses estabelecimentos. O *podcast* mostra que esses espaços podem ser tratados como um ponto de inclusão digital, já que na periferia, a maior procura ocorre devido à falta de computador em casa. Mário Brandão, diretor presidente da Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital, aponta as *lan houses* como espaços que oferecem conexão à internet e se firmam como ponto de difusão cultural e de conhecimento em localidades de baixa renda¹⁵.
- h) Inclusão Digital: A inclusão digital é compreendida muitas vezes apenas como o acesso aos computadores. Entretanto, a inclusão efetiva depende da autonomia,

¹² Disponível em <<http://www.com.ufv.br/disciplinas/cibercultura/2011/06/ciberufv-modelos-de-negocio-na-internet/>>. Acessado em 8 mar 2012.

¹³ Disponível em <<http://www.com.ufv.br/disciplinas/cibercultura/2011/06/ciberufv-compras-coletivas-na-internet/>>. Acessado em 8 mar 2012.

¹⁴ Disponível em <<http://www.com.ufv.br/disciplinas/cibercultura/2011/06/ciberufv-servicos-de-internet-em-vicosa/>>. Acessado em 8 mar 2012.

¹⁵ Disponível em ><http://www.com.ufv.br/disciplinas/cibercultura/2011/06/ciberufv-o-fenomeno-das-lan-houses/>>. Acessado em 8 mar 2012.

capacidade técnica, criatividade, interação e até mesmo do nível educacional dos indivíduos. O *podcast* ilustra como os viçosenses veem a inclusão digital, e verifica a realidade das escolas da microrregião de Viçosa em relação a esse processo¹⁶.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento de trabalhos interdisciplinares como este permite aos alunos e professores conciliarem teoria e prática, uma vez que possibilita a criação de um produto de acordo com os conceitos estudados em duas disciplinas da área de comunicação. Dessa forma, na produção dos *podcasts*, foi possível entender na prática a convergência de mídias, pois a criação de um produto radiofônico em plataforma digital exigiu conhecimentos que vão além de transpor o material de uma mídia para a outra.

Assim, entendeu-se que a convergência ocorre muito mais pela união de ideias e sentidos que sejam entendidos pelos ouvintes, do que simplesmente pela junção das funções de um aparelho em uma máquina só. A criação de programas como os *podcasts* é uma forma de suprir a carência que existe no mercado de oferecer ao público conteúdos condizentes com as mídias em que serão veiculados. No caso deste trabalho, não bastou apenas criar um programa de radiojornalismo e publicá-lo na internet. Foi necessário também pesquisar e encontrar métodos de se criar um conteúdo voltado para a internet.

No que diz respeito ao aproveitamento dos *podcasts* dentro das disciplinas, observou-se que eles se mostraram uma alternativa eficiente para balancear o conteúdo da matéria de Cibercultura, que na sua ementa prioriza as teorias que dizem respeito às novas formas de comunicação no meio digital. Já em Radiojornalismo, eles foram responsáveis por contribuir no entendimento e assimilação de uma das modalidades de radiojornalismo *online*. Desse modo, a utilização de *podcasts* em aulas poderia ser uma prática mais recorrente, pois já mostrou que pode produzir resultados muito interessantes, como é o caso da série *Ciber UFV*, medida certa da combinação entre teoria e prática.

O produto em questão, devido à sua relevância e eficácia comprovada, pode servir como modelo para outras iniciativas no mesmo sentido, aprimorando cada vez mais o processo produtivo do jornalismo. Além disso, vale ressaltar que a série contempla muito

¹⁶ Disponível em <<http://www.com.ufv.br/disciplinas/cibercultura/2011/06/ciberufv-inclusao-digital/>>. Acessado em 8 mar 2012.

bem o conceito de *podcast* – oferece informação feita por emissores diversos para receptores virtuais, buscando análise dos fatos e um aprofundamento pertinente.

Das ondas do rádio aos *bits* da internet, o *podcast* é prova concreta de que os novos meios de comunicação não estão acabando com os antigos, mas sim os aperfeiçoando conforme as novas realidades e exigências do público. Tudo isso comprova que as fronteiras entre web e rádio são cada vez mais tênues, e o jornalismo só tem a ganhar com isso.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 1, n. 37, 2008.

MEDITSCH, Eduardo Barreto Vianna. **O Rádio na Era da Informação: Teoria e Técnica do Novo Radiojornalismo**. Florianópolis: Insular; Ed. da UFSC, 2001.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. A contemporaneidade como idade mídia. **Interface – Comunicação, Saúde, Educação**, v. 4, n. 7, pp. 25-36, ago 2000.

VAISBIH, Renato. Ganhos e perdas de uma renovada linguagem radiofônica jornalística, via *podcast*. **Cenários da comunicação**, São Paulo, v. 5, pp. 13-25, 2006.