
Inovação e produção de *podcast*: um estudo de caso em produto universitário¹

Erickson Silva²

Rafael Coelho³

Vinícius Gomes⁴

Duílio Fabbri Júnior⁵

Rafael Mattoso Galdino⁶

Centro Universitário Campo Limpo Paulista, Unifaccamp, SP

RESUMO:

Este trabalho apresenta um relato de cunho histórico-descritivo do projeto “Drops Unifaccamp” e mais especificamente do *podcast* “Joga que eu te escuto”, produzido por alunos do curso de Rádio, TV e Internet (RTVi), do Centro Universitário de Campos Limpo Paulista (Unifaccamp), interior de São Paulo. O objetivo é analisar de que maneira a experiência com essa produção é fundamental para o desenvolvimento de habilidades e competências na área de formação dos estudantes, constantemente atualizados com as novas tendências tecnológicas e ferramentas. Como objetivo específico, busca-se descrever o passo a passo da concepção e elaboração dos programas. Para tal, são utilizados como método a descrição das rotinas de produção.

PALAVRAS-CHAVE: Podcast; rotinas de produção; internet.

Introdução

A partir de 2019, tem-se registado um aumento significativo no consumo de *podcasts*, numa tendência observada no Brasil mais que em outros lugares do mundo, de acordo com dados de pesquisa realizada pela empresa de marketing alemã, Statista. O País apresentou o terceiro maior consumo de *podcasts* do mundo, atrás apenas da Suécia e da Irlanda.

A pandemia de Covid-19, que impôs restrições de deslocamento e confinamento pode ter sido um aliado importante dessa ferramenta de disseminação de conteúdo, quer seja informativo ou entretenimento. Mesmo após vacinação e abertura de lojas, escolas e templos religiosos, essa tendência se manteve atrativa, incluindo as perspectivas de

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ05 – Comunicação Multimídia, do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

² Aluno do curso de Rádio, TV e Internet do Centro Universitário de Campo Limpo Paulista. E-mail:

³ Aluno do curso de Rádio, TV e Internet do Centro Universitário de Campo Limpo Paulista. E-mail:

⁴ Aluno do curso de Rádio, TV e Internet do Centro Universitário de Campo Limpo Paulista. E-mail:

⁵ Professor dos cursos de Comunicação do Centro Universitário de Campos Limpo Paulista. Doutor em Linguística. Mestre em Comunicação e Mercado. Graduado em Jornalismo. E-mail: juniorduilio@uol.com.br.

⁶ Professor dos cursos de Comunicação do Centro Universitário de Campos Limpo Paulista. Especialista em Formação de Docentes. Graduado em Jornalismo. E-mail: rafael.mattoso@faccamp.br.

negócio. Aos poucos, o mundo acadêmico também incorpora a produção de *podcast* como disciplina e como prática.

Assim, este trabalho apresenta a discute a produção de *podcasts* no ambiente do Centro Universitário de Campo Limpo Paulista (Unifaccamp), que oferece, na área de Comunicação, os cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Rádio, TV e Internet (RTVi). Por meio de um relato de cunho histórico-descritivo, é apresentada a formatação do projeto “Drops Unifaccamp”, de *podcasts* e analisado o caso do “Joga que eu te escuto”, a partir das rotinas produtivas (SOUSA, 1999).

Rotinas produtivas e contexto de produção de *podcasts* em ambiente universitário

Todo o processo comunicacional midiaticado, independentemente de seus objetivos (mercadológicos, informativos, diversionais etc.), é composto de rotinas mais ou menos homogêneas. Embora esses processos possam ter diferenças entre os meios de comunicação, em função de necessidades técnicas, que, por sua vez, implicam em aspectos de linguagem, as principais rotinas são semelhantes aos diferentes meios.

Assim, as rotinas produtivas são compreendidas como “processos convencionalizados e algo mecanicistas de produção de alguma coisa que, sem excluir que determinadas pessoas tenham rotinas próprias ou que a cultura e o meio social afetem essa produção parecem obedecer essencialmente a fatores sócio-organizacionais” (SOUSA, 1999, p. 26). A descrição das rotinas produtivas faz-se importante, não só por razões historiográficas, mas também por auxiliarem na reflexão sobre os impactos da linguagem e das inovações propostas.

Nos últimos anos, o *podcast*, como mídia e linguagem, tornou-se popular entre as gerações mais jovens, por influenciadores e *streamers* como Casimiro Miguel, que recentemente comemorou a ampliação do próprio recorde de dispositivos conectados simultaneamente em sua *live*, durante transmissão das oitavas de final da Copa do Mundo do Qatar, em 5 de dezembro de 2022, quando contabilizou 5,9 milhões de visualizações simultâneas no canal que ele mantém no *YouTube* (*CazéTV*).

Essa tendência já começou a pressionar os criadores de *podcast* a dar o salto para o vídeo, para aproveitar a interação com a comunidade, com *lives* nas plataformas ou a viralidade, com o compartilhamento de clipes no *TikTok* e *Instagram*, aproveitando ao máximo as ferramentas disponíveis nas mídias sociais. Uma cobertura transmidiática

(JENKINS, 2009; FABBRI JR; ORMANEZE, 2014). O fato de ser transmitido via internet cria a necessidade acompanhamento de métricas e de monitoramento, para que possam ser feitas caracterizações e entregas coerentes com as expectativas do nicho pretendido como público.

Do ponto de vista do gênero, Prata (2008) destaca que o *podcast*, embora tenha a sonoridade e o áudio como bases, não pode ser confundido com rádio. Trata-se de uma outra plataforma, que desenvolveu linguagem e formas de produção específicas. De acordo com Avelar, Prata e Martins (2008, p. 2), como inovação no campo da radiofonia,

o *podcast* ganhou usos em vários campos, como na educação, saúde e na comunicação. Notadamente na radiofonia, esta nova forma de produção e escuta de informações sonoras adquiriu contornos e alcances que contribuíram, inclusive, na própria definição do meio.

De forma geral, entre os contornos e alcances que o podcast adquiriu como gênero, entendemos estar a relação entre informação e entretenimento. Embora existam diversos podcasts baseados na informação, se assemelhando a peças jornalísticas, programas de entrevistas ou documentários, em muitos é comum que essas características apareçam associadas ao entretenimento, naquilo que Dejavite (2006) nomeou como “infotainment”, termo que sintetiza a intenção de entreter por meio de material informativo e/ ou jornalístico. Nas palavras da autora, “a fronteira entre jornalismo e entretenimento nunca foi nítida e a sobreposição é quase inevitável nos dias atuais” (DEJAVITE, 2006, p. 72).

Nesse sentido, trabalhos que se dediquem a contar a história e a constituição de podcasts contribuem para a caracterização do gênero e suas múltiplas características e direcionamentos no cenário contemporâneo da comunicação. Além disso, esse tipo de relato contribui para que outros pesquisadores, comunicadores e estudantes possam desenvolver conhecimentos no momento em que decidirem criar também seus próprios projetos.

Projeto “Drops Unifaccamp”: histórico e constituição

O projeto “Drops Unifaccamp” foi criado em 2014 pelo Prof. Esp. Rafael Mattoso Galdino, coautor deste trabalho, devido uma necessidade do curso de Comunicação em ter uma rádio on-line. Em um primeiro momento, os programas eram

feitos como um projeto extracurricular durante o período de férias, nos quais os alunos se inscreviam para participar do projeto.

Como, na época, a Instituição não possuía as ferramentas necessárias para uma rádio on-line, optamos em veicular os programas pelo site do curso de Comunicação. No início, o programa tinha um total de sete minutos, por isso recebeu o nome “Drops”, pois se tratava de um programa de curta duração. Após boa adesão dos alunos, o projeto foi para as aulas práticas do curso durante o semestre. Hoje faz parte da grade curricular.

Compreendemos que o projeto de *podcast* universitário (“Drops Unifaccamp”) é mais do que apenas uma plataforma de entretenimento; é uma ferramenta educacional que permite aos alunos aprofundar seus estudos e compartilhar suas perspectivas de maneira acessível a um público mais amplo. Dentro da disciplina, o aluno acompanha algumas etapas antes de começar a gravar, como produzir e pensar conteúdo, como conduzir uma entrevista, como pensar em convidados, elaborar roteiro e algumas técnicas de locução.

Um projeto de *podcast* universitário oferece uma plataforma empolgante para os alunos compartilharem suas vozes, explorarem tópicos de interesse e aprimorarem suas habilidades. Ao criar um espaço para a expressão criativa, o aprendizado aprofundado e a colaboração, os *podcasts* universitários enriquecem a experiência dos alunos e preparam um terreno fértil para o desenvolvimento pessoal e profissional.

O aluno de Comunicação vive uma crescente com o projeto, após as etapas teóricas ele grava um programa de dez minutos com editorias escolhidas por eles. Quando já estão mais familiarizados com o programa, trocamos editorias e simulamos programas ao vivo. No semestre seguinte, os alunos estão prontos para transmissões do programa no *Youtube*, nesta etapa os alunos criam seu próprio formato de *podcast*. O projeto se torna deles, nome, editora, enquadramentos, divulgação, tudo feito por eles e orientado pelo professor Rafael Mattoso.

Os alunos, individualmente ou em grupos, que se envolvem com o projeto leva seu programa até o fim do curso, muitos já viraram temas de TCC ou seguiram com o programa mesmo com o término da graduação. Os alunos criam uma empatia muito grande com o programa, criam páginas nas redes sociais e até canais próprios de transmissão cortes, que são pequenos trechos do programa editados para divulgação.

Diferentemente de uma disciplina teórica, o projeto busca deixar o aluno um pouco mais, a ideia é fazer ele se sentir dono do seu programa. É o momento de aplicar tudo o que aprendeu com outras disciplinas do curso e acrescentar todo conhecimento dentro do projeto. Com isso, o aluno fala assuntos de sua área de interesse, deixando o programa mais leve e informal. Vale ressaltar que o aluno sempre é lembrado que se trata de um podcast acadêmico, ou seja, devem se preocupar com tudo o que é abordado no programa, a apuração é fundamental, pois o ouvinte espera ser bem informado por um programa que leva o nome da Instituição com ele.

Desde sua criação em 2014, já foram produzidos cerca de 900 programas entre os cursos de Jornalismo, Publicidade e RTVi. Todos os programas ficam armazenados no site do curso (comunicuetres.com.br) de comunicação e também nas redes sociais. A evolução do curso e apreço dos alunos foi nítida com o início dos projetos práticos dentro da grade do curso, pois o aluno consegue passar todo período acadêmico praticando e evoluindo profissionalmente, além de gerar um portfólio acadêmico muito rico.

Nesse contexto, um exemplo de sucesso é o *podcast* “Joga que eu te escuto”, produzido pelos alunos do curso de RTVi, também coautores deste trabalho, descrito a seguir.

Figura 1 – Captura de tela do episódio 12 do podcast “Joga que eu te escuto”



Fonte: captura de tela realizada pelos autores.

Da universidade para as redes: o caso do “Joga que eu te escuto”

Os alunos chegaram com uma proposta de jogar videogame enquanto entrevistam um convidado. Foram orientados de que o formato era bem desafiador, e que em formatos como esses, é necessário tirar boas respostas do entrevistado, pois ele divide a atenção com os apresentadores e o *game*.

O primeiro desafio foi a parte técnica, como ligar câmera e videogame na mesma tela para transmissão. Fizemos um mapa, testamos e gravamos um piloto. Prefeito! Tínhamos um formato diferente e inovador dentro da programação dos *podcasts*, agora é produzir um conteúdo atrativo e divulgar. O programa conseguiu bons resultados de audiência e se tornou referência dentro do curso.

O programa é produzido e apresentado semanalmente pelos alunos de RTVi, Erickson Silva, Rafael Coelho e Vinícius Gomes, orientados por um professor, Rafael Mattoso, e discutem as inovações e conceitos com outro professor, Duílio Fabbri Júnior. O *podcast* “Joga que eu te escuto” é dirigido para um público-alvo heterogêneo, com as características de grandes audiências, mas, pelo perfil nichado nos games, dialoga também com pequenos grupos de *gamers*.

O primeiro programa foi transmitido ao vivo em 24 de março de 2022. O convidado foi o próprio professor Rafael Mattoso. O tema dessa edição foram as histórias de infância. Desde então, o programa é transmitido, em vídeo, semanalmente no *Comunique3*⁷, canal oficial dos cursos de Comunicação da instituição, que tem, considerando dados de julho de 2023, cerca de 1,7 mil seguidores. A transmissão só não ocorre nos períodos de férias da faculdade.

As rotinas produtivas no *podcast* “Joga que eu te escuto”

Toda semana, revezam-se as funções entre o diretor, apresentador e produção, aprimorando assim o conhecimento e experiência de cada integrante do grupo, além de não correrem o risco de que, na ausência de um dos integrantes, o programa não vá ao ar. Quem chama o convidado também apresenta e faz a pauta, porque o conhece melhor. As pautas são definidas a partir do perfil dos convidados e a principal característica é o perfil de quem tem histórias com narrativas incomuns.

⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/@comuniquetres/about>. Acesso em: 12 ago. 2023.

As pautas são elaboradas uma semana antes do programa, após uma reunião para decidirem quem serão os convidados. A transmissão é realizada no estúdio do curso, em horário em que não há aulas no espaço. Embora seja transmitido ao vivo, é possível assisti-lo posteriormente, já que ficam disponíveis no canal do curso, conforme citado. Os programas tem duração variável, com média de uma hora de duração.

Figura 2 – Captura de tela do episódio 17 do *podcast* “Joga que eu te escuto”



Fonte: captura de tela realizada pelos autores.

Como se trata de um espaço que ocorre concomitante à formação universitária, as rotinas produtivas envolvem, automaticamente, a discussão em sala de aula, em que se tem a oportunidade de conhecer novas narrativas, definir público-alvo e abrir as discussões de para onde a tecnologia está tendendo. Com isso, não só os alunos desse *podcast*, mas de outros grupos discutem conteúdo e discurso, além de uma abordagem à luz da convergência midiática (JENKINS, 2009; FABBRI JR; ORMANEZE, 2014). É nesse espaço que se testam novas modelagens de programas com vista a negócios, uma vez que os alunos não ficarão mais que oito semestres da universidade. A disciplina que orienta e norteia os alunos é de programas é “Criação e Programação em Internet”.

Uma das discussões mais revisitadas é sobre o público-alvo. Pela heterogeneidade, o programa se torna mais reconhecido pelo boca a boca ou por meio de recomendações. É por isso que os alunos perceberam como fazer dos algoritmos um

aliado na entrega desses conteúdos, aprimorando a área das recomendações, a partir de uma base de dados e métricas que mostram o comportamento dos usuários. Esse aspecto, então, passa a ser considerado nas rotinas de produção do *podcast*, sendo um diferencial em relação a mídias massivas ou transmitidas via mídias tradicionais. E, claro, ações ainda na coleta de dados das participações, idades e interatividade se destacam entre outras plataformas que disputam a atenção como os *streamings*.

Habilidades e competências desenvolvidas nos projetos de *podcast*

Além da já evidente experimentação vivenciada por meio do projeto, que possibilita uma vivência prática, o desenvolvimento de *podcasts* no ambiente universitário leva a um cenário propício para estudantes e professores, em que se destacam também os seguintes benefícios à formação:

Desenvolvimento de habilidades de comunicação: Ao criar e apresentar episódios de *podcast*, os alunos aprimoram suas habilidades de comunicação verbal, aprendendo a articular ideias de forma clara e persuasiva. Isso é fundamental tanto para a vida acadêmica quanto para futuras carreiras profissionais;

Pesquisa e produção de conteúdo: A preparação dos programas envolve pesquisa sobre o tema escolhido. Os alunos desenvolvem suas habilidades de pesquisa e análise crítica, contribuindo para um aprendizado mais profundo e abrangente;

Trabalho em equipe e colaboração: Os programas são criados em equipe, o que oferece aos alunos a oportunidade de desenvolver habilidades de trabalho em grupo, comunicação interdisciplinar e gestão de projetos colaborativos;

Criatividade e expressão: Proporcionam um espaço criativo para os alunos explorarem diferentes formatos, estilos e abordagens de apresentação. Isso incentiva a expressão individual e a inovação, permitindo que os alunos encontrem maneiras únicas de transmitir suas ideias;

Alcance e impacto: Os *podcasts* têm um alcance global e podem alcançar um público amplo. Isso permite que os alunos compartilhem seus conhecimentos e a participação de amigos e familiares em seus programas.

Networking e reconhecimento: A participação em um projeto de *podcast* pode levar a oportunidades de networking, conexões com profissionais da área e até mesmo reconhecimento público.

Autodisciplina e gerenciamento de tempo: A produção regular de episódios exige autodisciplina e gerenciamento eficaz do tempo. Essa rotina é transferível para outros aspectos da vida acadêmica e profissional.

Considerações Finais

Na sala de aula, a partir do imbricamento da produção dos arquivos de *podcast*, com as teorias que abordam o marketing e as rotinas de produção, pode-se perceber que o acompanhamento das métricas e resultados transparece a cada edição do programa, em busca de inovação.

As discussões, que se pautam pela convergência de mídia como elemento a ser conquistado e incluído continuamente nas rotinas produtivas, ampliam o repertório e aprofundamento o conhecimento, trazendo a sustentação do programa no ar desde sua criação, em um cenário em constante transformação.

A experiência com os *podcasts* da Unifaccamp tem mostrado que as instituições de Ensino Superior podem encontrar diferentes maneiras de formar os estudantes de comunicação, relacionando teoria, prática, inventividade, criatividade e, por que não, empreendedorismo, uma vez que esses projetos, ao serem encampados pelos alunos e futuros profissionais, podem se tornar negócios, no ambiente convergente contemporâneo. Este é também um desafio: estimular que os projetos não morram quando os cursos são finalizados pelos estudantes.

Referências bibliográficas

AVELAR, K.; PRATA, N.; MARTINS, H. *Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda*. XLI Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação (Intercom). Anais..., Joinville, 2018. Disponível em:

<https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0147-1.pdf>. Acesso em: 10 ago. 2023.

DEJAVITE, F. A. **Infotainment**: informação + entretenimento no jornalismo. São Paulo: Paulinas, 2006.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

FABBRI JÚNIOR, D.; ORMANEZE, D. Entretenimento, verossimilhança e transmídia na narrativa da telenovela: o caso Marra. XXXVII Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinas da Comunicação (Intercom). **Anais...**, Foz do Iguaçu, 2014. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2014/resumos/r9-2540-1.pdf>. Acesso em: 24 jun. 2023.

PRATA, N. **Webrádio**: novos gêneros, novas formas de interação. Tese (Doutorado). Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos. Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2008. Disponível em: https://repositorio.ufmg.br/bitstream/1843/AIRR-7DDJD8/1/nair_prata_tese.pdf. Acesso em: 20 jul. 2023.

SOUSA, J. P. **As notícias e seus efeitos**. As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos, Lisboa: Universidade Fernando Pessoa, 1999.