

As Narrativas Imersivas, Sensoriais e Inovadoras em Podcasts: Análise da Audiosérie Batman Despertar¹

Eduarda Queiroz²

Fernando Firmino Da Silva³

Universidade Estadual Da Paraíba, Campina Grande, PB

RESUMO:

O artigo objetiva explorar as narrativas imersivas de podcasts visando compreender aspectos inovadores como áudio imersivo (3D) para ampliação da experiência sensorial do ouvinte. A metodologia inclui revisão bibliográfica, pesquisa exploratória e descritiva a partir do estudo de caso de áudio imersivo de “Batman Despertar”. O resultado indica que as audioséries inovam com a linguagem de experiência imersiva para contar histórias em áudio.

PALAVRAS-CHAVE: podcast; áudio Imersivo; ficção; comunicação;

INTRODUÇÃO

Diante do cenário exposto pela pandemia da covid-19 no período de (2020-2022), as narrativas de mídias sonoras, como os podcasts, procuraram soluções de inovações e experimentações de novos formatos, as quais serviram de impulso para atingir públicos de nichos específicos. O isolamento social como medida necessária para inibir o contágio da doença, foi um dos estopins para a transformação de novos hábitos de consumo. O relatório do Instituto Reuters (2022) indica que durante a pandemia o formato de podcast teve um crescimento vertiginoso, provavelmente em razão do isolamento social. Nesse sentido, as pessoas tiveram suas rotinas reformuladas para atividades diárias, com foco em cuidados pessoais e familiares, bem como o trabalho *home office*. Sob essa perspectiva, o podcast chega com a possibilidade de que

¹ Trabalho apresentado na IJ 1 – Comunicação Multimídia do XXIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 20 a 22 de junho de 2023

² Aluna do Curso de Jornalismo da UEPB, Email: eduardaqueiroz.eq7@gmail.com

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da UEPB, Email: fernando.milanni@gmail.com

os ouvintes se mantenham informados, ao ouvir produções jornalísticas ou, se divirtam com os podcasts voltados à ficção, entretenimento e, além disso, possam produzir suas atividades normalmente, sem precisar parar para consumir como ocorre com o *streaming* de vídeo, TV e leitura de jornais e revistas.

Além disso, os recursos inovadores que consistem em mudar essas narrativas, preocupam-se em usar tecnologias capazes de reproduzir questões sensoriais humanas, com foco na captação da descrição de imagens e definição daquele panorama onde o podcast é narrado. Inclui-se neste contexto, a sensibilidade de mostrar sons que normalmente não deveriam ser incluídos em uma mídia sonora. Como por exemplo, passos de pessoas, zumbidos de insetos. Essas características fazem parte das novas formas de consumo em mídias sonoras voltadas para a caracterização do áudio imersivo, 3D ou binaural, que procura reproduzir a forma como o humano escuta com os sons no entorno. Acresce, sob esse viés de inovação, a formatação do podcast sendo voltado a divulgação por meio do *streaming* de áudio, a exemplo disso, temos: *Google* podcast; *Castbox* e *Spotify*. Nesse sentido, surge a necessidade profissionalização desses conteúdos, bem como a especialização em marketing, propaganda, e itens mais técnicos, para ser possível conseguir um aperfeiçoamento e atingir novos públicos e pelas características multimídia que os podcasts assumem com vídeos e outras formas de interação.

Ademais, as produções em 3D de conteúdos fictícios foi considerado uma inovação do audiovisual (VICENTE; PÉREZ-SEIJO, 2022; SILVA, 2022). A partir deste contexto, e levando-se em consideração, o cenário pandêmico e a “segunda era do podcasting”, como aponta Bonini (2020), as novas produções midiáticas estão conectadas a diversos fatores e não só a uma inovação puramente tecnológica apresentando atributos que servem de impulso para novos hábitos de consumo. Destacam-se conteúdos não só fictícios, mas também, o jornalístico. As narrativas jornalísticas também começam a se enquadrar nessa perspectiva de imersão de conteúdo, para moldar as histórias diárias.

Outrossim, destaca-se que outro fator de destaque é a democratização do acesso à mídia sonora. Uma vez que as plataformas de *streaming* durante a pandemia começaram a liberar o acesso para que os usuários obtivessem conteúdos gratuitos, e por extensão, chegando aos podcasts. Por outro lado, serviços de *streaming* como o

Spotify não necessitam de assinatura para ouvir podcasts, permitindo uma democratização do acesso para quem disponibiliza de *smartphones* ou qualquer aparelho tecnológico.

As inovações de áudio, consistem em áudio imersivo/3D, binaural, os quais permitem que os usuários a partir da utilização de aparatos digitais possam imergir na narrativa a qual este recursos foi explorado. Com novos hábitos de consumo, diversos conteúdos foram adaptados para as plataformas de TV, e após esse cenário evidenciado pelas pandemias da covid-19, estão sendo adaptadas para as plataformas sonoras. Portanto, esse trabalho analisa essas produções a partir da abordagem do caso “Batman Despertar”, original do Spotify.

METODOLOGIA

A metodologia consiste em revisão bibliográfica, pesquisa exploratória e descritiva. Após mapeamento de casos de podcasts inovadores em pesquisa anterior (QUEIROZ; SILVA, 2022), este artigo explora um dos casos “Batman Despertar”⁴, produzido de forma original para Spotify Studio a partir da noção de Era da audioficação (SILVA, 2022). As etapas da pesquisa envolveram revisão de literatura sobre áudio imersivo e binaural no contexto da inovação, pesquisa exploratória para descoberta de podcasts com característica inovadora em termos sensoriais de áudio ou mais especificamente de som 3D.

Justificamos a escolha do podcast “Batman Despertar” em razão do seu impacto como lançamento global, avaliação da plataforma e o sucesso alcançado em 2022 durante a pandemia da Covid-19, parte de nossa pesquisa. Após a escolha do objeto empírico, partimos para a análise do mesmo por meio de escuta dos 10 episódios disponíveis na temporada. A cada terça-feira eram disponibilizados dois destes, indo de 3 de maio de 2022 a 31 de maio de 2022.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Partindo do pressuposto de que as transmissões de mídias sonoras, assim como suas produções dependiam de seus antecessores, e com isso leva-se características

⁴ Disponível em <https://open.spotify.com/show/0IW4EPNy9rBO1XFzmk18H> acesso em 03 maio 2023.

atribuídas anteriormente, como aponta Ferraretto e Kischinhevsky (2010), esse fato é denominado como “princípio da midiamorfose” porque as novas formas de mídia são acrescentadas a novos formatos e não substituídas. A exemplo desse fator, existe a tv, que surge como o acréscimo do rádio. Em concordância, anteriormente no cinema, a primeira produção de filme 3D em lançamento no Brasil, só ocorreu em 2006, com a exibição do filme: “A casa monstro”. Sob essa ótica, a produção audiovisual foi pertinente para que pudesse incorporar essas características do audiovisual nas mídias sonoras, assim como aconteceu na perspectiva de rádio como característica essencial para o surgimento da TV.

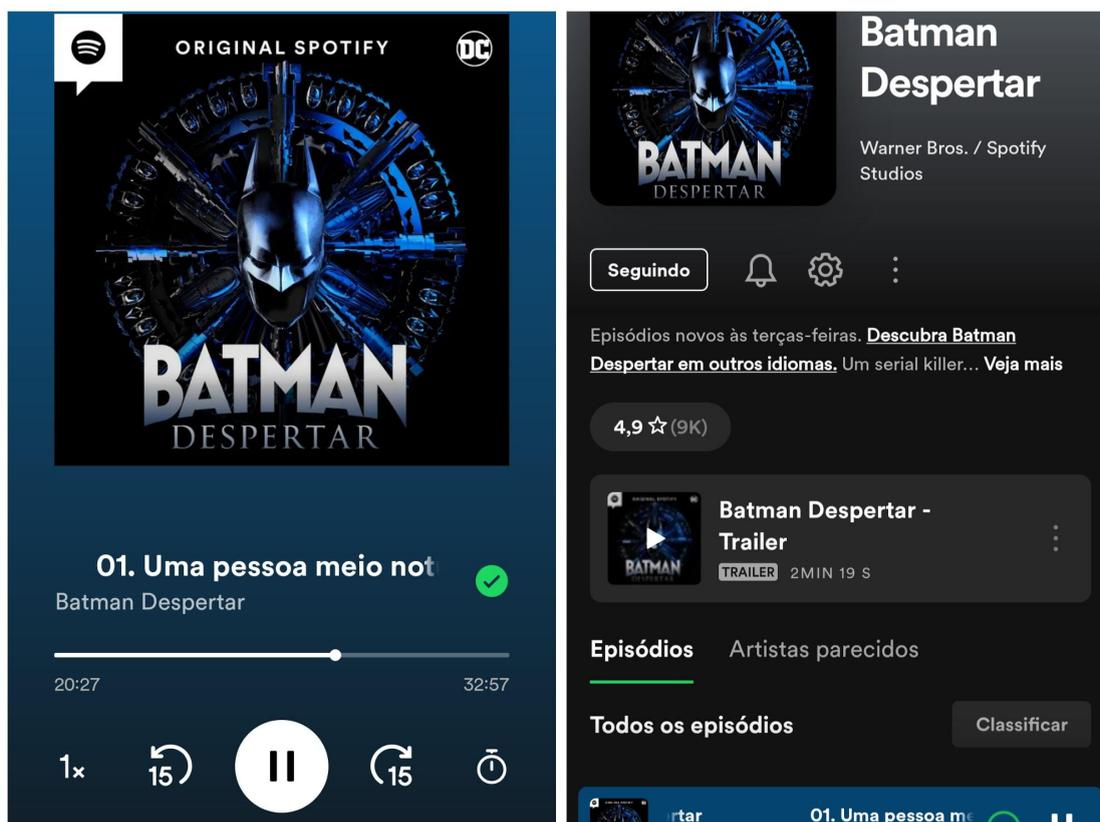
Os formatos antecessores foram fundamentais para denominar as novas formas de produzir podcasts e emergência de novo mercado, como aponta Bonini (2020, p.15): “Propõem-se que o podcasting entrou numa nova fase de sua evolução, em que começa a gerar um mercado não mais simplesmente complementar ao rádio, mas um mercado alternativo, que caminha para a profissionalização da produção e a normalização do consumo”. Logo, as produções midiáticas em podcasts não são novas, mas entraram em crescimento e, portanto, seria uma nova fase veiculada às inovações.

Por outro lado, Brittos (1999, 2002) menciona que cada conteúdo concorre com todos os outros independente de ter ou não finalidade massiva. Num contexto mais atual, o podcast enquadra-se em um meio no qual começa a ganhar espaços no cotidiano das pessoas, sem a necessidade puramente massiva, visto que, sob o contexto pandêmico, surge a necessidade de transformação de novas narrativas com o áudio imersivo (DOWLING; MILLER, 2019). Todavia, as maneiras de produção de conteúdo podem, posteriormente, transformar-se em um viés massivo, pois como aponta Bonini (2020), a produção de podcasts começa a ser vinculada a fatores econômicos voltados à propaganda e à publicidade. Portanto, para ser possível uma maior lucratividade e direcionamento na sociedade de massa é de uma fator preponderante para conseguir atingir um maior valor monetário e uma adesão social. A seguir analisamos o aspecto da linguagem, dos elementos sensoriais do áudio imersivo na audiosérie do Spotify.

ANÁLISE

“Batman Despertar”⁵ é uma audiosérie sobre um serial Killer produzido exclusivamente para o Spotify em 3 de maio de 2022, com episódios a cada terça-feira. A versão brasileira traz os atores Rocco Pitanga, Tainá Müller, Augusto Madeira e Camila Pitanga. O quadrinho “O Batman”, produzido pela DC Comics, que ganhou vários filmes nas telas do cinemas, foi readaptado para esse podcast produzido pela Warner Bros.

Figura 1 - Podcast original no Spotify



Fonte: captura de tela

O podcast apresenta diversas características inovadoras e, portanto, áudio 3D sob o pretexto de expressar em seus episódios a imersão de conteúdo. Dessa forma,

⁵ O podcast se tornou o mais ouvido na plataforma Spotify em 2022 em 9 países e é avaliado com 4,9 estrelas de até 5,0 e a própria Spotify considera o seu maior lançamento simultâneo global. Disponível em <https://www.omelete.com.br/dc-comics/batman-despertar-lidera-paradas-spotify> acesso em 03 maio 2023.

houve uma necessidade de modificar as produções de áudio, pois, se ficasse sob a mesma perspectiva de narração de história, o ouvinte não conseguiria ter uma imersão de conteúdo, e não seria possível observar as características inovadoras, as quais, ajudam no controle da narrativa e percepção dos formatos.

O material se apresenta com detalhes sensoriais que envolvem o ouvinte pela narrativa e com os efeitos sonoros. Por estar em formato podcast e possuir áudio imersivo, é necessário o uso de headphone para a audição e a experiência mais completa do som em três dimensões, de modo a perceber o deslocamento do som em formato espacial. Fechando os olhos, o envolvimento com os episódios é mais realista possível permitindo a sensação de estar no lugar, de transporte para a cena. Os recursos de áudio imersivo se enquadram nas discussões teórico-conceituais exploradas como de Paiva e Morais (2020), Bonini (2020) e Vicent e Pérez-Seijo (2022), Silva (2022).

CONCLUSÃO

A pesquisa, da cota 2022/2023 do PIBIC/CNPq/UEPB, contribui para a exploração de podcasts diferenciados que emergiram durante a pandemia. Os dados demonstram crescimento do formato com a adoção de novas linguagens e características inovadoras como o aspecto do áudio imersivo. Com a chamada era da audioficação, os podcasts se transformam em fenômeno no aspecto de formato e modelo de negócios. No caso deste artigo, exploramos o aspecto da linguagem, da dimensão da inovação por meio do áudio imersivo no “Batman Despertar” e da adoção de estratégias de produção.

REFERÊNCIAS

BONINI, T. A "segunda era " do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. **Radiofonias- Revista de Estudos em Mídia Sonora**, V 11, n 1,3 jul. 2020.

BRITTOS, Valério Cruz. A Televisão no Brasil, hoje: a multiplicidade da oferta. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo: Universidade Metodista de São Paulo, ano 20, n.31,p.9-34,1999.

BRITTOS, Valério Cruz. O rádio brasileiro na fase da multiplicidade da oferta. **Verso & Reverso**, São Leopoldo: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, ano 16. 35,p.31-54,jul.-dez.2002.



CARREIRO, Rodrigo. Notes on the role of immersive sound in contemporary cinema Notas sobre o papel do som imersivo no cinema contemporâneo. **MATRIZES**, V.17 - Nº 1 jan./abr. 2023 São Paulo - Brasil. 115-140.

CARVAJAL, Miguel; MARÍN-SANCHIZ, Cristian-Ramón; NAVAS, Carlos J. “The daily news podcast ecosystem from the strategy and business model perspectives”. **Profesional de la información**, v. 31, n. 5, e310514, 2022.

FERRARETTO, Luiz Arthur. Conceitos de rádio: múltiplos olhares ressignificando e atualizando definições. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v.12, n. 02, p. 10-29, maio/ago.2021.

DOWLING, David O.; MILLER, Kyle J. (2019). Immersive Audio Storytelling: Podcasting and Serial Documentary in the Digital Publishing Industry. **Journal of Radio & Audio Media**, 26:1, 167-184. Disponível em <https://doi.org/10.1080/19376529.2018.1509218> acesso em 18 ago. 2021.

REUTERS INSTITUTE DIGITAL REPORT. 2022. Disponível em <http://www.digitalnewsreport.org/> acesso em 30 jun. 2022.

SILVA, Fernando Firmino da. Áudio imersivo em narrativas jornalísticas de Realidade Virtual, Aumentada e Estendida. **Revista Eco-Pós**, v. 25, n. 1, p. 180-197, 2022.

PAIVA.S.A; MORAIS.R. A vingança do áudio: o despertar do som binaural na era dos podcasts e das narrativas radiofônicas. **Media & Jornalismo** vol.20 no.36 Lisboa jun. 2020.

QUEIROZ, Eduarda ; SILVA, Fernando Firmino da . Podcasts com atributos inovadores em narrativas sobre a pandemia Covid-19: entre avanços e flashback. In: XV Simpósio Nacional da Abciber 2022, 2022, Rio de Janeiro. **Anais do XV Simpósio Nacional da Abciber 2022**. Rio de Janeiro: ABCIBER, 2022. p. 1.

VICENTE, Paulo Nuno; PÉREZ-SEIJO, Sara. Audio espacial y periodismo inmersivo: producción, diseño narrativo y sensación de presencia. **Profesional de la información**, v. 31, n. 5, p. 1-15, 2022.