

Podcast Fala Calango: experienciando o fazer jornalístico na pandemia do coronavírus

Fala Calango podcast: experiencing
The do journalism in the
pandemic of coronavirus

Podcast Fala Calango: experimentando la
realización periodística en la
pandemia del coronavirus

Recebido em: 15/12/2020

Aceito em: 11/05/2021

DOI: 10.46952/rebej.v11i28.429

RESUMO

Reflete sobre a aprendizagem do jornalismo durante a pandemia da Covid-19. O podcast Fala Calango é o resultado de uma experiência de ensino remoto que as instituições de ensino tiveram de adotar. Foram duas temporadas até o momento, com uma média de cinco episódios por temporada. Os alunos se inscreveram no projeto e toda a produção foi realizada de modo virtual: da pauta à gravação. O podcast está nas principais plataformas de *streaming* e nas redes sociais. Apresentamos, assim, um caminho de construção conjunta de professores, estudantes e técnicos para aprender/ensinar a partir das novas condições postas. Observamos um diferencial de relacionamento alunos-professores-técnicos, numa produção coletiva, com engajamento da docência e protagonismo dos alunos.

PALAVRAS-CHAVE

Podcast. Pandemia. Experiência. Jornalismo. Ensino Remoto.

ABSTRACT

Reflects on learning journalism during the Covid-19 pandemic. The Fala Calango podcast is the result of a remote teaching experience that educational institutions had to adopt. It has been two seasons so far, with an average of five episodes per season. The students signed up for the project and the entire production was carried out virtually: from the agenda to the recording. The podcast is on the main streaming platforms and on social networks. Thus, we present a path of joint construction of teachers, students and technicians to learn / teach from the new conditions. We observed a student-teacher-technician relationship differential, in a collective production, with the engagement of teaching and the protagonism of students.

KEYWORDS

Podcast. Pandemic. Experience. Journalism. Remote Teaching.

RESUMEN

Reflexiona sobre el aprendizaje del periodismo durante la pandemia de Covid-19. El podcast de Fala Calango es el resultado de una experiencia de aprendizaje a distancia que las instituciones educativas tuvieron que adoptar. Hasta ahora han pasado dos temporadas, con una media de cinco episodios por temporada. Los alumnos se inscribieron en el proyecto y toda la producción se hizo de forma virtual: desde el personal hasta la grabación. El podcast está en las principales plataformas de transmisión y en las redes sociales. Así, presentamos un camino de construcción conjunta de profesores, estudiantes y técnicos para aprender / enseñar desde las nuevas condiciones. Observamos un diferencial de la relación alumno-docente-técnico, en una producción colectiva, con el compromiso de la docencia y el protagonismo de los estudiantes.

PALABRAS CLAVE

Podcast. Pandemia. Experiencia. Periodismo. Enseñanza Remota.



Marluce Zacariotti

Doutora em Educação e professora de Jornalismo e do Mestrado Profissional em Educação da UFT.
marluce.zacariotti@gmail.com

Valquíria Guimarães

Doutora em Ciências da Comunicação e professora de Jornalismo da UFT.
vguimaraes@uft.edu.br

Idglan Maia

Mestre em Desenvolvimento Regional e técnico em audiovisual no Curso de Jornalismo da UFT.
bob@uft.edu.br

1 INTRODUÇÃO

Este relato traz uma experiência de ensino remoto, desenvolvida a partir de junho de 2020, no âmbito do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins (UFT). Trata-se de um podcast produzido totalmente de modo virtual: das reuniões de pauta, à gravação e edição. A ideia é apresentarmos o projeto, mas também provocar discussões que, a nosso ver, são fundamentais. A pandemia do coronavírus e a necessidade de distanciamento social impuseram às instituições de ensino a necessidade de adotar novos métodos de ensinar, culminando na mudança dos modos de aprender e de ensinar e na rotina de docentes e discentes. É evidente a questão da adaptação e da atualização do ensino, mas é preciso olhar com cuidado para não nos distanciarmos das referências de qualidade do ensino, de valorização do trabalho do professor e da aprendizagem dos alunos quando se fala do uso de tecnologias digitais. Dito de outra forma, é preciso problematizar o tema sem paixões, num caminho de um diálogo do consenso do agir comunicativo, como nos provoca Habermas (1999).

Contextualizado o problema passamos aos aspectos metodológicos. O **Fala Calango** nasceu de uma proposta do curso de Jornalismo para o desenvolvimento de projetos, a partir de abril/2020 (durante a suspensão do calendário acadêmico), que pudessem se converter em atividades complementares para os alunos, uma vez que ainda não tínhamos retornado às aulas nem mesmo remotamente. O Calango 20, como foi nomeada a ação geral (oficinas, minicursos, *workshops* e produtos jornalísticos), tinha o objetivo de promover trabalhos com os alunos que tivessem acesso à internet e estivessem em condições de participar. Isso porque, logo identificamos o problema da desigualdade, que é um ponto importante ao falarmos de aulas virtuais, pois muitos de nossos alunos não têm condições tecnológicas para aulas remotas.

Vale uma explicação sobre o nome calango. Nosso curso tem uma tradição, relacionada ao calango, que é um bicho de resistência, de sobrevivência em ambientes muitas vezes inóspitos. Ele foi mascote do curso de jornalismo na luta pela federalização da universidade (antes era estadual) e pela manutenção do curso, se tornando um símbolo. E há cerca de três anos optamos por padronizar nossa produção laboratorial, sempre em referência ao calango.

Outro ponto a ser observado é sobre o processo de transformações no ensino, que a pandemia acelerou. No caso do nível superior, sabe-se que a formação é diretamente influenciada por mudanças na sociedade, que já passamos por reformas, mas a centralidade das tecnologias digitais no seio social tem provocado estudos sobre novas metodologias, métodos de ensino, formação de professores e, é claro, acirrado um debate complexo sobre ensino a distância, híbrido, remoto etc. E como a polarização parece ser a marca desses tempos, um dilema dicotômico claro se apresenta: a educação tradicional X a educação inovadora.

Tendo esses elementos como base de discussão, apresentamos, então, nossa experiência de uma atividade de ensino 100% digital, em que tivemos duas

professoras coordenando, um técnico, 14 alunos e contamos ainda com apoio de dois egressos.

E como tudo começou? Com uma provocação vinda dos próprios alunos e alunas. Partiu deles a vontade de produzir um podcast, antes mesmo da pandemia. Um produto que ainda não tínhamos no curso e que, como sabemos, tem crescido muito no meio jornalístico.

Já em 2008 Nair Prata trazia em um artigo a questão do rádio na chamada pós-modernidade. E questionava se esse rádio feito na Web, que poderia ter imagens em movimento, fotografias, hipertextos, links, interação por meio de imagens e não-linearidade continuaria sendo rádio. Ou seria uma nova mídia ainda sem definição?, perguntava a pesquisadora, que, também, colocava no centro dessa discussão a linguagem (PRATA, 2008). Sem ter a intenção de aprofundar neste debate, mas concordamos com a autora que a linguagem é o ponto chave da questão porque o rádio na web e o podcast, como um formato específico, configuram-se como novos modos de produzir informação ou conteúdo em um suporte diferente do rádio tradicional, a internet, e que traz novidades não apenas de forma, mas também de linguagem.

Nessa direção da comparação do podcast com o rádio, Fialho (s/d, online) ressalta a posição do professor e coordenador do Grupo de Pesquisa Comunicação e Cultura do Ouvir, da Faculdade Cásper Líbero, José Eugenio de Menezes, para quem "a valorização da linguagem radiofônica reforça a tradição de ouvir a informação como se fosse uma conversa e é a característica que une os dois formatos" (MENEZES apud FIALHO, s/d, online). O pesquisador, segundo Fialho (idem), defende que o podcast "é uma mídia sonora, mas não é rádio no sentido técnico, e sim no sentido de compartilhar da mesma linguagem". Vale destacar a potencialidade de interação, que também pode aproximar os dois (rádio e podcast), já que, o podcast, assim como o rádio, permite uma boa proximidade com o ouvinte.

Muitas características do podcast são favoráveis para que caia cada vez mais no gosto do público. As mídias digitais transformaram a relação tempo/espço e, por consequência, o modo de produção e de consumo de informações. Há uma demanda por produtos que possam ser consumidos a qualquer tempo, em qualquer lugar e de modo assíncrono. Isto é parte do sucesso que vem ocorrendo com plataformas como o Netflix, que, diferente de TVs abertas, não seguem uma programação fixa de horário e podem ser vistas quando e como o público desejar.

O podcast, desde 2004, quando começou a se popularizar nos Estados Unidos, teve enorme crescimento passando a estar presente no cotidiano da população. No Brasil, pode-se dizer que esta modalidade de áudio ainda está sendo descoberta. Mesmo que tenha aumentado bastante, especialmente na pandemia do coronavírus.

Conforme a pesquisa *The Podcast Consumer* de 2018¹, realizada pela empresa de pesquisas americana *Edison Research*, 64% da população acima de 12 anos encontra-se familiarizada com o termo "podcast".

¹ Disponível em: <<https://www.slideshare.net/webby2001/the-podcast-consumer-2018>>. Acesso em: 20 nov. 2020.

Apesar do fato do podcast ter surgido no Brasil na mesma época dos EUA, até hoje a ferramenta é pouco utilizada por uma significativa parte da população. Porém, cresce a cada ano, como comprovam dados revelados pela Associação Brasileira de Podcasters, a ABPod, que surgiu em 2006 a fim de representar os interesses dos *podcasters* brasileiros.

Uma pesquisa brasileira sobre podcasts, a PodPesquisa 2018², considerada até agora a maior pesquisa sobre o conteúdo *podcaster* no Brasil. Nesta pesquisa, foram aplicados questionários para 22.993 pessoas, divididas em três diferentes categorias: consumidores, produtores e pessoas que não consomem podcasts. Foi possível perceber que quem mais consome a ferramenta são adultos da faixa etária entre 30 e 39 anos (31,4%); seguido dos jovens entre 25 a 29 anos (25,2%) e por último, jovens entre 20 e 24 anos (24,1%). Dos três temas mais consumidos, encontram-se Humor e Comédia (65%); Cinema, Séries e TV (64,5%) e Cultura Pop (62,7%). Além disso, 75,3% dos entrevistados na categoria “consumidores de podcasts” disseram que começaram a ouvir conteúdo por essa ferramenta motivados pela qualidade e diversidade do conteúdo.

Tínhamos em mente que a pandemia de Covid-19 vinha afetando o mercado de conteúdo, a prática jornalística e que o consumo de podcast tinha aumentado bastante desde o início do distanciamento social. Mesmo antes da pandemia já era um formato que vinha crescendo. Segundo um estudo da *Deezer*³, entre 2018 e 2019 o consumo de podcasts cresceu 67% no Brasil. Esse índice é superior ao de países europeus. Já na plataforma *Spotify*⁴, o consumo de podcasts dobrou entre os ouvintes, no segundo trimestre de 2020. (CONSUMO DE PODCASTS NA PANDEMIA..., 2020, ONLINE). Ou seja, podcast é um formato interessante para a experimentação e atende a muitas demandas: contextual, que exige produção online; a de atualização de metodologias e a de inovação de formatos de produtos laboratoriais.

E foi pensando neste consumo de podcast, na necessidade provocada pelo período de ensino remoto que a ideia do podcast **Fala Calango** foi tomando forma. Assim definimos por uma experiência de podcast, dentro das atividades do Calango 20, em que houvesse um trabalho coletivo e produção inteiramente digital.

Até o momento (dezembro de 2020) foram disponibilizados 12 episódios do **Fala Calango**, divididos em três temporadas. A primeira com quatro episódios; a segunda com seis episódios e a terceira com dois episódios, finalizando o ano de 2020 e, a princípio, a produção dos episódios com essa temática da pandemia.

2 A CONSTRUÇÃO MEDIADA DO PODCAST

O termo “podcast” apareceu pela primeira vez em 2004, num artigo publicado no jornal britânico *The Guardian*, de autoria do jornalista Ben Hammersley. Na época,

² Disponível em: <<http://abpod.com.br/wp-content/uploads/2018/10/PodPesquisa2018.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2020.

³ Aplicativo para Android, Blackberry, iPhone (iOS), Windows Phone, macOS e Windows 10 que permite descobrir e ouvir músicas.

⁴ Serviço de streaming digital que dá acesso instantâneo a milhões de músicas, podcasts, vídeos e outros conteúdos.

os antigos iPods estavam em alta no mundo todo; e as novas configurações de como ouvir áudios, que não fossem em rádios, ainda se encontravam sem uma nomeação definida. Como diz Lucio Luiz (*apud* LOPES, 2015) essa nova forma de ouvir conteúdos já não era mais novidade: os internautas acessavam os blogs, baixavam o áudio e o ouviam.

Porém, houve um novo método que tornava todo esse processo muito mais simples, com a utilização de agregadores chamados RSS (*Really Simple Syndication*). Esses agregadores, hoje em dia muito utilizados na mídia digital em geral, são programas que conseguem, por exemplo, “[...] saber que um blog foi atualizado sem que a pessoa precise visitar o site. Ou seja, em vez de o internauta ir até o conteúdo, é o conteúdo que ‘vai’ para o internauta” (LUIZ *apud* LOPES, 2015, p. 14).

Esse método utilizando RSS foi pensado primeiramente por Dave Winer; porém, quem conseguiu criar o que conhecemos como podcast hoje foi o empresário estadunidense Adam Curry (LUIZ *apud* LOPES, 2015, p. 14). Em seu procedimento, conseguiu transferir um áudio em RSS através do agregador iTunes. Por isso, o nome que ficou conhecido da sua forma de transferir arquivos de áudio foi “RSStoPod”.

Diante desses fatos, pode-se dizer que podcast é um arquivo ou vários arquivos de áudios disponibilizados através de agregadores, como o RSS, na mídia digital, e que podem ser ouvidos em qualquer local e a qualquer momento.

Por ser um produto relacionado à Web, o podcast está inserido na categoria multimídia em áudio. Por isso, é um produto oriundo de uma convergência das mídias; como uma junção do rádio com a Internet. Segundo Neuberger (2012, p. 127), tirando o caso da transmissão ao vivo, alguns dos aspectos que diferenciam o rádio na internet

[...] é a não-linearidade do conteúdo. Assim como qualquer site disponível na web, é possível realizar uma navegação hipermidiática, já que se pode ouvir podcasts de acordo com o assunto de interesse de cada um, olhar álbuns de fotos de artistas ou de últimas notícias, ver um videoclipe, interagir com os locutores, tudo de acordo com o gosto individual. Não é mais necessário, dessa forma, esperar a atualização via locutor. (NEUBERGER, 2012, p. 127)

Os podcasts são, portanto, uma nova forma de ouvir conteúdo informativo, porém de forma mais prática, no dia a dia, sem que o ouvinte tenha que seguir uma programação; ele próprio monta a sua programação. É como diz Berry (*apud* PAULO 2013, p. 52), ao afirmar que

[...] o podcast oferece uma forma mediática horizontal, em que os produtores são consumidores e os consumidores são produtores, remontando às origens desta ferramenta, criada por Dave Winer e Adam Curry, que queriam arranjar forma de partilhar, online, os seus conteúdos de áudio favoritos, tendo para isso criado e disponibilizado um programa em código aberto, para que outros o pudessem desenvolver e melhorar, o que contribuiu para a sua popularidade. (BERRY *apud* PAULO, 2013, p. 52)

Além do alto poder de diversidade de conteúdo, os podcasts também se caracterizam por utilizar sonoplastias, o que deixa o conteúdo ainda mais dinâmico. Como explica Ferraretto (2014, p. 194), “a música e os efeitos exploram a sugestão, criando imagens na mente do ouvinte. Os efeitos, em geral, permitem ao público ver o que está sendo descrito, e a música possibilita ao ouvinte sentir o que se transmite”.

O podcast é uma nova forma de ouvir rádio. E já que suas raízes vêm deste meio comunicacional, o modo como é feita sua produção está diretamente relacionado com a linguagem do rádio. Por isso, no podcast também é preciso simplicidade e objetividade, requisitos básicos para a escrita que será transformada em fala.

Contudo, o rádio e o podcast contêm diferenças quanto à linguagem simples exigida. O podcast pode ser ouvido a qualquer momento, basta que o usuário faça o *download* do episódio e tenha acesso. Já no rádio, o conteúdo é veiculado em tempo real; é um veículo de conteúdo instantâneo. Por isso, o ouvinte precisa ouvir com mais atenção, já que não terá mais a chance de voltar àquela informação que não ficou clara, perdendo a mensagem do receptor.

No podcast, é preciso utilizar de uma linguagem que seja acessível e condizente ao público-alvo. A forma e o conteúdo da mensagem estão diretamente vinculados às características do público que se pretende atingir (FERRARETTO, 2014, p. 36).

107

2.1 A REPORTAGEM NO PODCAST

Como vimos, pela descrição do que são podcasts, há aproximações e distanciamentos em relação ao radiojornalismo tradicional em termos de produção e de consumo da notícia. Segundo Ferraz e Gambaro (2020), é ainda incipiente a criatividade no formato podcast, especialmente quando falamos do uso deste modelo por parte das emissoras de rádio tradicionais. Fazendo um paralelo, é como o webjornalismo, no início, quando os jornais começaram a fazer jornalismo na internet simplesmente transpondo os conteúdos dos jornais impressos para a plataforma online. Ou seja, não havia uma preocupação com a mudança de linguagem e de estrutura. Para Ferraz e Gambaro (2020, p.156):

O que se nota como estratégia inicial para produção da maior parte das emissoras jornalísticas é o reaproveitamento de um formato lançado ao ar. A produção dos meios cujo sistema é o de broadcasting faz um processo de `reempacotamento` do que é apresentado como os tradicionais formatos de comentário, entrevista e reportagem, apresentando o trecho isolado do todo em arquivos de áudio para serem reproduzidos estando o ouvinte on-line.

Esta era uma preocupação da equipe **Fala Calango** não fazer uma reprodução do radiojornal **Repórter Calango**, que o curso já desenvolve e vai ao ar pela rádio universitária UFT FM. Precisávamos nos ocupar de pensar as interfaces, os modos de escuta, que, cada vez mais, vão se individualizando e ancorando-se na portabilidade

(que os smartphones oferecem). E, ao mesmo tempo, focar em uma produção com mais profundidade, baseada em reportagens, com mais tempo de apuração.

Pensamos o podcast, portanto, na linha do jornalismo especializado, usando da reportagem, de histórias de vida e tendo os repórteres como narradores/mediadores. Como nos lembra Ferraz (2016, p.189), defendendo aprofundamento em reportagens em rádio: “A reportagem radiofônica, por exemplo, pode ser pensada além da apuração e divulgação dos fatos, e adentrar as estruturas narrativas da dramatização, o que garantiria uma versão subjetiva e representativa do fato que se quer narrar”.

Corroborando essa abordagem da riqueza da reportagem para o veículo rádio, aproximando-a da dramatização, López-Vigil (2003, p.289) apud Ferraz e Gambaro (2020, p. 162) destaca:

a reportagem é a que se aproxima mais do gênero dramático. Como este, irá criando no ouvinte uma atmosfera de suspense, de intriga crescente, até chegar a um desenlace, inesperado de preferência. É como uma novela, só que não de ficção, mas real, que informa sobre fatos verídicos, documentados.

Explorar essa vertente de uma quase dramatização em podcasts eleva a produção a uma quase radionovela de fatos reais, como frisa a citação acima. O cuidado, nesse caso, é com os limites do que se configura jornalismo ou outros produtos. E, para tanto, é fundamental manter fidelidade aos conceitos prementes do jornalismo, como o de notícia, bem como os critérios de noticiabilidade. Foi esta a direção assumida pelo **Fala Calango**.

108

3 METODOLOGIA DO FALA CALANGO

A partir desse entendimento teórico de podcast, enfrentamos o desafio de desenvolver o projeto totalmente online, durante o período de suspensão das aulas na Universidade Federal do Tocantins. Após a inscrição dos alunos, fizemos a primeira reunião via *Google meet*. Definimos que teríamos reuniões semanais para discussão de pautas e ajustes de produção. Assim, toda terça-feira, às 19 horas, o grupo se reúne. Outro espaço de encontro e trocas é o *classroom* (sala de aula criada na plataforma do Google), onde são postados os roteiros das matérias para correção pelos professores. Na sala do Google também são compartilhados textos de apoio e as gravações a serem editadas. Assim, boa parte da atividade pedagógica é realizada nesse espaço.

Trabalhar com rádio a distância e transmitir conhecimento exige um esforço muito grande de adaptação de ferramentas para que os alunos(as) consigam entregar o conteúdo. Isso tem sido um aprendizado para todos os envolvidos.

Participam do projeto alunos do 4º ao 6º período e não exigimos que os alunos já tivessem tido aulas de radiojornalismo, embora fosse recomendável. Tivemos na primeira temporada participação de egressos, que foi uma dinâmica interessante.

As reuniões iniciais foram para definir formato, a linha editorial, orientações técnicas aos alunos e ajustes de cronograma. Dividimos os episódios e assuntos por grupos, tendo em cada grupo um de nós, professoras e o técnico, como responsáveis. Criamos um grupo de *WhatsApp* geral e outros específicos para cada grupo discutir seus trabalhos.

A linha editorial definiu seguir o tema pandemia para todas as matérias. E do ponto de vista da captação dos dados, os alunos(as) deveriam buscar fontes e fazer entrevistas gravadas pelo celular. Estimulamos a pesquisa dos assuntos de forma mais aprofundada, para termos ângulos e discussões que fossem além do convencional publicado na mídia tradicional.

O primeiro passo foi discutir como seria o roteiro e a linguagem do podcast e as vinhetas. Nesse aspecto, a participação dos estudantes foi muito importante porque eles mesmos queriam fugir do formato padrão, queriam inovar. Assim, deixamos a parte de criação bem à vontade. Cada um poderia fazer o episódio do seu jeito, mas a linguagem sempre deveria ser mais informal.

Outra decisão foi a de que todos os passos seriam pensados coletivamente. As professoras, assim, cumprem um papel mediador de fato. Desta forma, da pauta até o modo de apresentação, tudo é definido pelos alunos(as). A intenção é dar autonomia para a produção e para o próprio processo de aprendizagem.

3.1 PRODUZINDO OS EPISÓDIOS

109

O cronograma acordado geralmente tem um prazo de dois meses para as etapas: definição de pauta, levantamento de dados, escrita do roteiro, correção, gravação, publicação nas plataformas e avaliação.

A dinâmica envolve ainda a divulgação dos episódios. Não basta produzir, é preciso que o público acesse, conheça, ouça. Por isso, criamos também uma equipe de divulgação, entre os próprios alunos(as). O **Fala Calango** criou contas no Instagram e no Twitter. A responsabilidade de divulgar é toda dessa equipe, que produz banners, postagens e promove a interação com o público nas redes.

A primeira temporada contou com quatro episódios: Isolamento Social e a Saúde Mental; Trabalho em Tempos de Pandemia - Primeira Parte; Trabalho em Tempos de Pandemia - Segunda Parte e Problemas que já existiam e foram acentuados com a pandemia. Na segunda temporada tivemos os seguintes episódios: Auxílio Emergencial e Trabalho voluntário; Saúde e Políticas Públicas; Aumento da Violência Doméstica durante a pandemia; A Pandemia e os Povos Indígenas; A Importância da Internet no Contexto da Pandemia e Os efeitos da pandemia na vida dos animais domésticos. Já a terceira temporada contou com dois programas: Ressignificando o Natal em tempos de pandemia e Retrospectiva 2020/Expectativa 2021. A ideia foi finalizar o ano de 2020 e assim a temática da pandemia.

Observa-se que houve uma variedade grande de assuntos dentro do tema pandemia, buscando revelar o cotidiano da sociedade em múltiplos aspectos e tendo como princípio a inclusão de abordagens sociais, econômicas e políticas. Buscou-se

autonomia editorial, desde a escolha das fontes até o tratamento da notícia. Salienta-se que nesse processo de ensino e de aprendizagem as professoras orientam o trabalho de modo interdisciplinar, estabelecendo conexões com conteúdos gerais do curso, tanto teóricos quanto práticos.

A busca das fontes acabou se configurando em um dos principais problemas na produção. Encontrar as fontes e conseguir a disponibilidade delas para gravar os áudios tem sido um desafio. Outra questão que tem sido apontada nas reuniões de avaliação é o isolamento do próprio fazer jornalístico pelo fato que, cada um, produz em casa, sozinho. Segundo Lins da Silva (2020, online), a atividade jornalística sempre foi coletiva, estar numa redação ajuda a compor a matéria e, no caso do trabalho em casa, essa ação se torna muito individualizada. A troca de ideias sempre foi muito importante para o enriquecimento do material jornalístico. "Com os profissionais em casa, sem contato constante uns com os outros, isso pode representar uma perda", destaca o professor e colunista da Rádio USP. De qualquer forma, nossa tentativa para diminuir esse impacto são os grupos de *WhatsApp*, onde espera-se que sejam realizadas essas trocas, pedidos de ajuda e que dúvidas possam ser sanadas.

Outra questão foi entender que a maioria dos(as) alunos(as) têm limitações técnicas, principalmente de equipamentos e ambientes corretos de gravação. Dessa forma, optamos por não exigir que os conteúdos gravados fossem editados em casa. A postagem se deu na plataforma Google sala de aula, de forma "bruta" e integral, para depois receber o tratamento do técnico em audiovisual, colaborador do projeto. No entanto, dependendo da expertise de cada um, os alunos(as) poderiam escolher fazer a edição em casa.

Após a postagem o técnico faz toda a edição de acordo com o roteiro de gravação e devolve ao aluno para correção. Os programas de edição de áudio exigem computadores minimamente avançados para sua execução, pois o trabalho é realizado com softwares profissionais como *Sound Forge*⁵ e *Adobe Premiere*⁶.

A montagem do programa **Fala Calango**, com suas vinhetas e trilhas sonoras, exige equipamentos que nem todos os alunos (as) possuem. As gravações caseiras, feitas geralmente em celulares, foram devidamente orientadas quanto ao formato, tom de voz e ambientação. Mesmo assim, foi comum o envio de arquivos em formatos diferentes do acordado e com sons externos. Mas, como bem destacou o técnico responsável, Idglan Maia, são limitações aceitáveis dentro do contexto em que foi projetado o **Fala Calango**.

A plataforma para distribuição de podcast que usamos é o Anchor.com, que distribui o conteúdo de forma automática para as outras plataformas como o Google Podcast e *Spotify*. Também fazemos postagem no *Soundcloud*⁷, mas nesse sistema há uma limitação de tempo gratuito. Para driblar essa limitação foram utilizadas várias contas diferentes, pois cada uma tem direito a 80 minutos. Está longe de ser o ideal, mas é uma alternativa para quem não tem recursos para investir. Desta forma,

⁵ Software editor de áudio. Para saber mais acesse: <https://blog.mxcursos.com/editor-de-audio/>

⁶ Software editor de áudio. Para saber mais acesse: <https://blog.mxcursos.com/editor-de-audio/>

⁷ Plataforma de áudio aberta, alimentada por uma comunidade conectada de criadores, ouvintes e curadores.

todas as temporadas do **Fala Calango** estão disponíveis nessas plataformas de *streaming* (tecnologia de transmissão de conteúdo online)⁸.

Abaixo apresentamos quadros com os títulos dos episódios das três temporadas do projeto. Apesar de o tema transversal ser a pandemia do coronavírus, o podcast trouxe assuntos dos mais variados, procurando ir além das pautas repetitivas dos veículos tradicionais.

QUADRO 1 - PRIMEIRA TEMPORADA DO FALA CALANGO

Temas dos episódios
Isolamento social e a saúde mental
Trabalho em tempos de pandemia - 1ª parte
Trabalho em tempos de pandemia - 2ª parte
Problemas que já existiam e foram acentuados com a pandemia

Fonte: ZACARIOTTI; SILVA, MAIA, 2020.

QUADRO 2 - SEGUNDA TEMPORADA DO FALA CALANGO

Temas dos episódios
Auxílio Emergencial e Trabalho Voluntário
Saúde e Políticas Públicas
Aumento da violência doméstica durante a pandemia
A pandemia e os povos indígenas
A importância da Internet no contexto de Pandemia
Os efeitos da pandemia na vida dos animais domésticos

Fonte: ZACARIOTTI; SILVA, MAIA, 2020.

QUADRO 3 - TERCEIRA TEMPORADA DO FALA CALANGO

Temas dos episódios
Ressignificando o Natal em tempos de pandemia
Retrospectiva 2020: ações e reações na política, na economia, no meio ambiente e na sociedade.

Fonte: ZACARIOTTI; SILVA, MAIA, 2020.

⁸ Para saber mais: <https://www.instagram.com/p/CGiByYLF6ml/?igshid=1gc162sdwkcq4> . Acesso em: 20 nov. 2020.

Como se pode ver nos quadros 1, 2 e 3 a inserção das mais diferentes vozes e problemas sociais foi uma preocupação do projeto. Foram pautas que privilegiaram fontes esquecidas na imprensa comercial como indígenas, trabalhadores de aplicativos, Ongs de animais, mulheres em situação de violência doméstica, entre outros. Buscou-se incluir também assuntos que tiveram abordagens muito superficiais na mídia, como a questão do auxílio emergencial e os problemas de saúde emocional causados em função da pandemia, além das implicações do trabalho remoto. Foram as narrativas dos entrevistados que ampliaram a discussão e trouxeram vida aos episódios. Histórias reais, contadas com liberdade.

3.2 DISCUSSÃO

De acordo com Alves, Prata e Pessoa (2020, p.238) a “segunda onda” do podcast (correspondendo aos últimos 5 anos), como definiu Kischinhevsky (2017) se identificaria por uma “suposta humanização”, que pressupõe a liberdade dos produtores, profissionais ou pessoas comuns em relação a dois fatores fundamentais para a consolidação do gênero no país.

O primeiro deles diz respeito à liberdade dos ouvintes, que não precisam se ater a uma programação previamente definida pelos produtores e podem se alternar entre várias temáticas que navegam em tempo e espaço de escuta sob sua própria gestão. O segundo fator está relacionado à sobrevivência desses produtos, muitas vezes oriundos da motivação pessoal de seus criadores. (ALVES; PRATA; PESSOA, 2020, p.238)

112

Estes fatores apontados, acima citados, de fato são importantes não apenas para a consolidação do podcast como formato, mas, a nosso ver, principalmente porque somada à liberdade dos ouvintes, há, também, uma liberdade dos produtores. Ou seja, o produto pode ganhar formas novas, temáticas, a partir da observação do que o público gosta e das brechas que vão se abrindo na mídia tradicional. Tudo isso está intrinsecamente relacionado com a sobrevivência do produto, pois esse segmento pode se consolidar como um negócio, uma opção de mídia alternativa ou independente. E, para isso, são necessárias estratégias de sustentabilidade. O que manteria um produto com essas características? Esta é uma questão de fundo quando pensamos em novas opções de formatos/gêneros jornalísticos e, no caso, de podcasts.

Pontuamos essas questões porque ainda que seja uma proposta de experiência de ensino, entendemos que ela abre espaço para discussões como: campo de trabalho, opções profissionais, já que nossos alunos e alunas podem vislumbrar, a partir deste projeto, um caminho de atuação. Por isso, fizemos uma avaliação com todos os participantes do projeto, de modo a partilhar essas provocações e os aspectos teórico-conceituais inerentes à atividade desenvolvida.

Em encontros pelo *google meet* colhemos as impressões de cada um na execução da atividade e realizamos um debate sobre podcast, jornalismo, processos de captação de dados e diferenças entre radiojornalismo e podcast.

3.2.1 - Visão dos alunos:

Para uma das participantes, foi uma “experiência de aprendizado real, lidando com as dificuldades e limitações”. Esta frase representa a resposta de muitos, que driblaram vários empecilhos, mas tiveram uma sensação de trabalho real, como se estivessem no mercado. Outro depoimento interessante refere-se mais especificamente à pandemia: “salvou a minha vida num momento de instabilidade emocional e de angústia pelas atividades parcialmente interrompidas na faculdade”. Para boa parte dos repórteres, o **Fala Calango** representou produção, vida, movimento e isso ajudou a enfrentar medos ou tristeza. Além disso, tiveram o sentimento de fazer algo importante para a sociedade, como se pode ver em um dos depoimentos: “alegria de trabalhar um tema atual e importante”. E, nossa expectativa de que o projeto também pudesse levá-los a refletir sobre trabalho e mercado foi atendida, já que muitos encontraram-se como jornalistas na realização do podcast. “Para mim, o projeto foi incentivo para trabalhar com rádio e despertar interesse por podcast”.

Além da avaliação com os alunos(as), também fizemos uma rodada com professores e o técnico envolvidos.

113

3.2.2 - Visão das professoras e do técnico:

Um ponto que marcou está representado na fala de uma das professoras: “senti o trabalho dobrado pelo tempo online que se exigiu”. Realizar uma atividade 100% online implicou em muitas horas ao computador, no *whatsApp* e nas reuniões online. Por outro lado, tanto as professoras como o técnico, expressaram ter vivenciado “aprendizado conjunto com alunos”. Ou seja, foi um processo de ensino-aprendizagem de trocas. Isso também foi identificado na “percepção do aprendizado e interesse da maioria”, conforme disseram as professoras. Foi unânime a percepção de que o podcast foi uma “oportunidade de um produto radiofônico que pôde trabalhar o tema pandemia, com informações mais aprofundadas, ampliando as vozes sociais”. Esta, talvez, tenha sido uma das marcas da experiência. Demonstra o potencial jornalístico do podcast e seu diferencial do que se veicula na mídia tradicional. Associar a ampliação das vozes sociais com o aprofundamento da notícia é algo que se persegue no bom jornalismo.

Desta forma, experienciar a prática jornalística nas condições postas permitiu:

- identificar em nossos alunos a capacidade de adaptação;
- levá-los a perceber que os processos na produção jornalística podem alterar, mas os princípios jornalísticos são os mesmos, independentemente das plataformas;

- promover reflexões críticas importantes sobre o trabalho, o mercado e as possibilidades das mídias digitais;
- a conexão dos alunos com os ouvintes, a proximidade deles com a prática profissional possibilitou uma experiência diferenciada de aprendizado e demonstrou o potencial/características do podcast, que autores vêm pontuando, especialmente com relação à interação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diante dessa experiência, como dissemos, achamos pertinente pontuar que a pandemia acelerou uma espécie de reconfiguração do ensino. Independentemente do que virá à frente, é certo que mudanças devem ocorrer no interior das instituições e mesmo nas políticas de educação.

O momento parece ser de transição. O que ficará do modelo tradicional e o que muda? Difícil saber. Contudo, somando a ansiedade que já se confirmava em termos das expectativas das juventudes e a adaptação que professores tiveram de fazer para essas aulas remotas emergenciais, não seria muito apressado dizer que as tecnologias digitais serão introduzidas de forma mais efetiva no ensino. A questão está em quanto teremos salvaguardados os princípios da qualidade, do protagonismo do(a) aluno(a) numa aprendizagem dialógica e do olhar para as especificidades das disciplinas. As políticas públicas devem vir recheadas de orientações para novas práticas de ensino–aprendizagem. Certamente também se abrirão as portas para a ampliação de ensino a distância. E, além das ponderações já feitas, é preciso lembrar que nem sempre as inovações vêm acompanhadas de investimentos ou de formação docente necessária. Sem falar na precarização do trabalho docente e de perdas de direitos.

Feitas essas reflexões, acreditamos que projetos como o podcast **Fala Calango** entram nesse terreno da negociação, do que é da ordem da atualização em plena harmonia com o respeito à qualidade do ensino e ao protagonismo das juventudes em seu processo de aprendizagem. É possível executar diversas tarefas práticas de forma remota, deixando claro que o ambiente presencial e a energia do local promovem outras sensações. A voz é diferente quando se fala com o público em um microfone, em um ambiente de estúdio. Da mesma forma que muda se é ao vivo. Concordamos, nesse sentido, de que são outros modos de fazer. Mas a experiência totalmente digital é perfeitamente possível, traz bons resultados e aprendizado. Só é preciso entender que cada metodologia gera um tipo de produto e de resultado.

A proposta, por fim, se revelou bastante exitosa, tendo recebido nas redes comentários de ouvintes muito importantes para o incentivo à continuidade do projeto. Claro, que sempre se esbarra nos limites de uma produção 100% online.

O comportamento da voz continua sendo um desafio, pois a gravação por celular não transmite a mesma emoção que a gravação presencial em estúdio. Isso não é só fator técnico, mas tem a ver com a cultura do rádio. Talvez, isso também seja a transição para novos sentidos e percepções, para uma nova cultura. Estamos,

assim, nesse caminho de descobrir outras formas de ensinar, de aprender, de produzir jornalismo e de experienciar a prática jornalística.

REFERÊNCIAS

ABPOD. Podpesquisa. 2018. Disponível em: <<http://abpod.com.br/wp-content/uploads/2018/10/PodPesquisa2018.pdf>>. Acesso em: 20 nov. 2020.

ALVES, João; PRATA, Nair; PESSOA, Sônia Caldas. Podcast: modos narrativos que apontam tensões entre a liberdade de criar, de escutar e de monetizar. In: RADDATZ, Vera Lucia Spacil [et al.] (orgs). **Rádio no Brasil: 100 anos de história em (re) construção**. Ijuí: Ed. Unijuí, 2020. P. 238-255. [PDF].

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio - Teoria e Prática**. São Paulo: Summus Editorial, 2014.

FERRAZ, Nivaldo; GAMBARO, Daniel. Podcast e radiojornalismo: uma aproximação entre a mídia formal e as novas experiências de produção e escuta. **Novos Olhares**, São Paulo, v.9 n.1, jan-jun/2020. P. 155-172. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/novosolhares/article/view/166393>>. Acesso em: 5 dez. 2020.

FIALHO, Beatriz. A hora e a vez do podcast. **Revista Cásper**, Edição 20. Disponível em: <<https://revistacasper.casperlibero.edu.br/edicao-20/a-hora-e-a-vez-do-podcast/>>. Acesso em: 03 nov. 2020.

HABERMAS, Jürgen. **Teoria de la Accion Comunicativa, Tomo I**, Madrid, Taurus Ediciones, 1999.

KISCHINHEVSKY, M. Podcasting como suporte para experiências imersivas de radiojornalismo narrativo. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 15., 2017. São Paulo. **Anais...** São Paulo: ECA/USP, 2017.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. Podcasts contribuem com desenvolvimento do jornalismo nacional. **Jornal da USP**, 18/11/2019. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/radio-usp/colunistas/podcasts-contribuem-com-desenvolvimento-do-jornalismo-nacional/>>. Acesso em: 20 out. 2020.

LÓPEZ -VIGIL, J. I. **Manual urgente para radialistas apaixonados**. São Paulo: Paulinas, 2003.

LOPES, Leo. **Podcast - Guia Básico**. Rio de Janeiro: Marsupial, 2015.

NEUBERGER, R. S. A. **O rádio na era da convergência das mídias**. 1. ed. Cruz das Almas: Editora da UFRB, 2012. v. 1. 164p.

O consumo de podcast na pandemia e outras novidades. **Blog Negócios SC**, 10/08/2020. Disponível em: <<https://negociossc.com.br/blog/o-consumo-de-podcasts-na-pandemia-e-outras->

Podcast Fala Calango: experienciando o fazer jornalístico na pandemia do coronavírus

ovidades/#:~:text=O%20consumo%20de%20podcast%20na,acordo%20com%20a%20mesma%20fonte>. Acesso em: 10 outubro 2020.

PAULO, Nácia. **Convergência Multimedia e os Conteúdos Móveis da Rádio**. Tese (Mestrado em Comunicação Social) - Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa. Portugal, 2013.

PRATA, Nair. Webradio: novos gêneros, novas formas de interação. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008. Natal, RN. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3652-2.pdf>>. Acesso em: 05 nov. 2020.

THE PODCAST CONSUMER 2018. [Em linha]. Disponível em: <<https://www.edisonresearch.com/podcast-consumer-2018/>> . Acesso em: 20 nov. 2020.

LINKS DOS PROGRAMAS

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/1---Isolamento-social-e-a-sade-mental-egcl6n>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/2---Trabalho-em-tempos-de-pandemia-egm6a7>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/3-Trabalho-em-tempos-de-pandemia---Segunda-parte-eh07rk>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/4---Problemas-que-j-existiam-e-foram-acentuados-com-a-pandemia-ehandr>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/5---Auxlio-Emergencial-e-Trabalho-Voluntrio-ejkd8u>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/6---Sade-e-Polticas-Pblicas-ejv8aj>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/7-Aumento-da-violncia-domstica-durante-a-pandemia-ek99qg>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/8-A-Pandemia-e-os-Povos-Indgenas-ekjrvi>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/9-A-Importncia-da-Internet-no-Contexto-de-Pandemia-ektvo0>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/10-Os-efeitos-da-pandemia-na-vida-dos-animais-domsticos-el8m1a>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/11-Ressignificando-o-Natal-em-Tempos-de-Pandemia-enq680>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/12-Retrospectiva-2020---Parte-1-eo35nr>

<https://anchor.fm/fala-calango/episodes/13---Fala-Calango---Retrospectiva-2020-eoa3pi>