

## RELATO

# PODCAST E JORNALISMO: AMPLIFICANDO VOZES DA MÚSICA PARAIBANA

**Reginaldo Venâncio Júnior<sup>1</sup>; [reginaldojppb@hotmail.com](mailto:reginaldojppb@hotmail.com)  
Patrícia Monteiro Cruz Mendes<sup>2</sup>; [patricia.monteiro@academico.ufpb.br](mailto:patricia.monteiro@academico.ufpb.br)  
(coautora)**

## RESUMO

Este artigo tem o objetivo de apresentar as experiências que resultaram na produção de um *podcast*, realizado como trabalho da conclusão de curso em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba. Foi utilizada a metodologia de relato de experiência, descrevendo a importância das disciplinas práticas como fundamento para a realização do produto. Com base nos conceitos de rádio expandido, jornalismo multiplataforma, *podcast* e na descrição do relato de experiência, foi possível concluir que a formação em Jornalismo possibilita ao discente a aplicação das diferentes habilidades da profissão, contribuindo para a realização de projetos experimentais e inovadores de futuros jornalistas.

## PALAVRAS-CHAVE

Relato de experiência. Jornalismo multiplataforma. Rádio expandido. *Podcast*.

## 1. INTRODUÇÃO

As disciplinas práticas do curso de Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) são oportunidades de o aluno vivenciar, ainda na academia, as rotinas produtivas da profissão. A partir do quarto e até o sétimo período, os componentes se estruturam sob a forma de Oficina das diferentes áreas, respectivamente: Impresso, Radiojornalismo, Telejornalismo e Webjornalismo. Entende-se que tais oficinas fundamentam o caminho para a produção de um projeto experimental.

Este relato de experiência tem o objetivo, portanto, de apresentar as atividades realizadas visando à elaboração do Liquidificador *Podcast*. Com base

---

<sup>1</sup>Jornalista. Especialista em Produção e Gerenciamento de Eventos (SENAC). Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

<sup>2</sup>Doutora em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professora no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba.



REALIZAÇÃO



APOIO



nos conceitos de jornalismo multiplataforma, rádio expandido e *podcast*, apresentamos as atividades de pré-produção, produção e pós-produção.

## 2. JORNALISMO, *PODCAST* E MÚSICA

Nas oficinas realizadas durante o curso de graduação em Jornalismo, a distribuição de atividades de acordo com a definição de funções (editor chefe, editor dos cadernos, produtor, repórter, apresentador etc), a escolha das pautas, a captação de fontes e as vivências nas ruas colocam o discente diante do cotidiano da profissão de jornalista.

É oportunidade não só de criar conteúdos jornalísticos mas de disponibilizar um produto final, seja um jornal impresso ou programas de rádio, por exemplo. O que implica o conhecimento de programas de edição de texto, de imagens, de áudio. Todo o trabalho tem a supervisão de um docente, que orienta e acompanha o processo de produção.

Nessas disciplinas, sobretudo na Oficina de Radiojornalismo, buscou-se vivenciar o jornalismo multiplataforma, associando rádio, *podcast*, redes sociais, combinando, assim, as diversas mídias, formatos e linguagens. Para Salaverría (2008), entende-se como conteúdo multimídia: texto; fotografia; gráficos, iconografia e ilustrações estáticas; vídeo; animação digital; discurso oral; música e efeitos sonoros; vibração. Foi no contexto desse aprendizado que ganhamos experiência para a produção do *podcast*.

Para, Kischinhevsky o rádio é “um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, *sites* de jornais, portais de música” (2016, p. 13). Com as novas formas de produção criadas pela convergência e modelo assíncrono de distribuição, o *podcast* é uma expressão do rádio expandido, permitindo que o conteúdo sonoro seja consumido sob demanda e transborde para as plataformas digitais.

Segundo o *Kantar Ibope Media 2021*, diversificação de canais, como *Youtube* e plataformas de *streaming* de áudio, potencializa a audiência do



REALIZAÇÃO



APOIO



veículo, consumido por 80% dos brasileiros. O levantamento também apontou um aumento de 31% na escuta de *podcasts* (KANTAR IBOPE, 2021).

Para Bonini (2020), o *podcast* está em uma nova fase de desenvolvimento, a chamada “segunda era do *podcasting*”, ou seja, pode ser entendido como uma mídia digital massiva, porém com modelos de negócio, produtores e públicos próprios. O *podcast* permite espaço para todo tipo de pauta. Em nosso caso, optamos por falar do Musiclube Paraíba.

### 3. MUSICLUBE DA PARAÍBA

Grupo formado no ano de 1981, a partir das provocações do multiartista paraibano Pedro Osmar. Após acompanhar o músico paraibano de Taperoá, Vital Farias, e com ele participar de montagens teatrais, Pedro Osmar participa de gravações dos primeiros discos de alguns conterrâneos nordestinos como Zé Ramalho e Elba Ramalho, ou tocando sua viola de dez cordas ou cedendo suas composições, como por exemplo, Baile de Máscaras.

Ao retornar para sua terra natal, busca reunir os compositores e estimulá-los acerca da necessidade de abrir espaços para apresentações musicais, fazer com que as rádios locais executassem a música feita na Paraíba valorizando os compositores nativos. Nascia assim o **Musiclube da Paraíba**, que se configurou como:

uma organização de classe dos músicos, sobretudo dos compositores, através da qual reivindicavam a democratização dos meios de comunicação, promoviam intercâmbio com artistas de outros estados do Nordeste, produziam projetos artísticos, debatiam sobre políticas públicas de cultura, nutriam a prática da criação coletiva (SEVERO, 2017, p. 21).

### 4 MÉTODOLOGIA

Após apresentar as bases teóricas que dão fundamento à realização do *podcast*, destacamos que este relato de experiência se estrutura como uma pesquisa qualitativa, com objetivo descritivo, visando apresentar levantamento de informações sobre as atividades jornalísticas que culminaram com a realização do produto *Liquidificador Podcast*. Os resultados foram organizados nas



REALIZAÇÃO



APOIO



seguintes etapas: 1) a pré-produção; 2) a produção e 3) a pós-produção, conforme apresentamos a seguir.

## 5 RESULTADOS

### 5.1 A pré-produção do Liquidificador Podcast

O produto jornalístico foi estruturado como uma série de reportagens/entrevistas veiculada em quatro capítulos. A duração de cada episódio é em torno de 20 minutos, pois acreditamos que é um tempo confortável para se escutar uma história narrada que pode ser acompanhada enquanto se faz uma atividade doméstica ou cumpre-se o trajeto no ônibus, por exemplo.

A primeira etapa do processo, pré-produção, foi o levantamento de informações, a escolha e contato com os entrevistados que melhor poderiam falar a respeito da criação do **Musiclube da Paraíba**. O primeiro escolhido foi Pedro Osmar.

O segundo foi Adeildo Vieira, cantor, compositor, jornalista com mestrado pela UFPB e atualmente apresentador do programa Tabajara em Revista, exibido na Rádio Tabajara, uma emissora estatal. A conversa com Adeildo trouxe muitas informações e precisou ser dividida em dois momentos. Assim, o quarto e último capítulo trouxe as opiniões juvenis do poeta, cantor e compositor Guga Limeira, integrante de uma família com fortes laços com o Musiclube.

O roteiro dos programas abordou assuntos como as motivações que levaram à criação do grupo, como se dava a participação de seus integrantes, o que era discutido nas reuniões, como eram pensados e realizados os shows coletivos e individuais, o que se buscava reivindicar, o quanto que as ações do grupo influenciaram nas carreiras individuais dos artistas, se já nessa época havia produção fonográfica dos participantes (é pertinente lembrar que no início da década de 1980, e também o finzinho da década anterior – 78, 79 - muitos dos artistas nordestinos estavam gravando seus primeiros trabalhos) e como se dava o apoio na divulgação pela imprensa local.



REALIZAÇÃO



APOIO



## 5.2 A produção

A segunda etapa do processo, a produção propriamente dita, foi dedicada à realização das entrevistas. Devido ao distanciamento social imposto pela Covid-19 e a impossibilidade dos encontros presenciais, o meio escolhido para a realização das entrevistas foi a plataforma *Google Meet*, que permitiu realizar os encontros virtuais à distância, com gravação de áudio e vídeo.

Previamente marcadas para o período noturno com objetivo principal de minimizar os ruídos provenientes da rotina comum das pessoas e da cidade, de uma forma geral iniciadas sempre por volta das 19h e com duração de cerca de 70 minutos. As entrevistas seguiram a seguinte ordem: Pedro Osmar; Adeildo Vieira e Guga Limeira.

O equipamento de gravação utilizado foi composto de um computador pessoal (*notebook*) com placa de som externa e um microfone direcional. Um aparelho celular também foi utilizado como fonte de captação de áudio extra, caso algum tipo de problema surgisse através do computador.

## 5.3 A pós-produção

De posse das entrevistas gravadas, foi necessário converter o áudio e, para isso, foi utilizado a plataforma on-line *www.y2mate.com*. As entrevistas brutas renderam um total de 3,5 horas de gravação.

Essa etapa consistia em editar e colocar os programas à disposição das (os) ouvintes. Os áudios foram editados no programa *Audacity*, que é gratuito e pode ser baixado na internet.

O objetivo principal deste momento de edição é cortar os momentos de respiração que geralmente se dão enquanto o entrevistado organiza as ideias mentalmente e a resposta propriamente dita. Também é nesta ocasião que são inseridas as vinhetas/*background* de abertura e encerramento dos programas. Músicas incidentais também podem ser usadas, e foram, em alguns casos a título de “ilustração” em consonância com narração do apresentador ou do entrevistado.



REALIZAÇÃO



APOIO



A formatação dos programas foi executada tendo uma vinheta de abertura, seguida de saudação que se repetia em cada episódio, um primeiro momento biográfico narrado pelo próprio entrevistado e, na sequência, perguntas e respostas buscando atender a essência do roteiro. Na verdade, mais respostas que perguntas pois a postura inicialmente pensada foi inspirada no Programa Ensaio da TV Cultura, que tinha à frente o jornalista Fernando Faro que nunca aparecia na tela.

O encerramento de cada episódio buscou dar pequenas informações e criar curiosidade a respeito dos capítulos subsequentes, com o objetivo de fidelizar ouvintes, uma das estratégias adotadas em *podcasts*.

A identidade visual investiu na logomarca da Liquidificador Produções, produtora de eventos paraibana da qual o autor faz parte como produtor executivo na realização de shows.

A disponibilização dos programas se deu a partir da hospedagem dos áudios na plataforma *Anchor* e em seguida a distribuição pelos serviços de *streaming*, sendo o *Spotify* o escolhido por entendermos que é um dos mais populares ao alcance da população.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste artigo apresentamos as etapas e atividades que resultaram na produção do Liquidificador *Podcast*, produto do trabalho de conclusão de curso em Jornalismo na UFPB. O *podcast* foi veiculado em quatro episódios, como uma série temática, contando a história do Musiclube da Paraíba.

Entendemos que esse produto foi possível graças ao conjunto de disciplinas ministradas na graduação, com destaque para as oficinas, que funcionavam como uma espécie de redação, em que as habilidades de cada discente eram testadas e experimentadas.

O conhecimento obtido também estimulou o aprendizado da produção de pauta, contato com as fontes, apuração, além de técnicas de entrevista e edição de áudio, o que, em conjunto, possibilitou a realização de produto em um



REALIZAÇÃO



APOIO



formato ainda “jovem”, se comparado ao rádio, mas com grande potencial de inovação.

Considerando que a escolha por um *podcast* de entrevista e com a temática do MusiClube da Paraíba foi uma forma de dar visibilidade a esses artistas locais, entendemos que este relato de experiência atingiu os objetivos propostos e pode motivar outras pesquisas que amplifiquem as vozes de compositores e artistas regionais.

## REFERÊNCIAS

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.

KANTAR IBOPE MEDIA. Inside Radio 2021. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/>. Acesso em: 20 fev. 2022.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. (2016). **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado: convergência de meios y reorganización de redacciones**. Barcelona, Editorial Sol 90, p.45, 2008.

SEVERO, George Glauber Félix. **Jaguaribe Carne**: Experimentalismo na música paraibana. João Pessoa: Mídia Gráfica e Editora Ltda, 2017.