



Zumpa Audiocast - Conteúdos Educativos com Distribuição em Formato Digital¹

Guilherme William UDO Santos²

Renata de Carvalho BARABAS³

Thaís Tiemi Takamoto SATO⁴

Júlia Lúcia de Oliveira Albano da SILVA⁵

Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Desenvolvimento de audiocasts com conteúdo educativo relativo ao programa do Ensino Médio. Criação de material paradidático e estudos de distribuição digital. Trabalho de criação e pesquisa através da linguagem sonora e exploração do texto oral e sonoplastia.

PALAVRAS-CHAVE: áudio; educação; entretenimento; ficção; internet.

1 PROPOSTA

Produção de podcasts de áudio (audiocasts) com programetes de conteúdo educativo, desenvolvidos através da técnica de áudio binaural. Os programetes são peças ficcionais direcionadas ao público jovem (15 a 20 anos) habituado a utilizar fones de ouvido e aparelhos de áudio portáteis (como celular, tocador mp3, iPod, iPhone e outros), oferecendo entretenimento e conteúdo educativo. O conteúdo disponibilizado vai desde adaptações de obras literárias e de fatos históricos, estudo da língua portuguesa até brincadeiras com questões de biologia que estão no cotidiano como inseminação artificial, passando também por atualidades do noticiário que rendam uma discussão interessante. O áudio binaural permite ao ouvinte ter a sensação espacial de 3D, identificando pelo som a localização de cada personagem da história e o contexto no qual a cena está sendo desenvolvida, o que possibilita maior integração entre o ouvinte e o programete.

¹ Trabalho submetido ao XVII Prêmio Expocom 2010, na Categoria Cinema e Audiovisual, modalidade Programa avulso de áudio/rádio.

² Aluno líder do grupo e bacharel em Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, atualmente cursa especialização em Comunicação e Mídia pela Universidade Paulista (UNIP), email: guilherme@guilhermeudo.com.

³ Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, email: re.barabas@gmail.com.

⁴ Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo, email: thatatiemi@yahoo.com.br.

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV do Centro Universitário Belas Artes de São Paulo e Coordenadora dos Cursos de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda e Relações Públicas da Universidade Santo Amaro, email: julira@uol.com.br.



2 OBJETIVOS

- Produzir programetes de ficção em áudio binaural, utilizando-se de técnicas que possibilitem a sensação de profundidade espacial em áudio 3D;
- Criar uma nova possibilidade de entretenimento e informação para adolescentes que se “encontram” em um mundo cada vez mais virtual;
- Distribuir, de forma online, conteúdo de entretenimento de curta duração para a população jovem de 15 a 20 anos.
- Explorar as possibilidades de criação da estética sonora com sensação de ambientação;
- Distribuir audiocasts com apresentação de diferentes conteúdos a partir de situações cotidianas marcadas pelo humor, adaptações literárias de contos, crônicas e de HQ, questões da língua portuguesa, biologia e outras áreas do conhecimento, além de fatos históricos, contribuindo para explicar, introduzir e/ou reforçar diferentes conteúdos pertinentes à formação do jovem brasileiro ;
- Criar material paradidático que possa ser utilizado por professores e alunos para o estudo de conteúdos básicos estabelecidos pelo Ministério da Educação.

3 JUSTIFICATIVA

Nesta década, surgiram algumas mixagens de áudio com sensação de profundidade espacial – o áudio binaural ou áudio 3D – que causaram admiração nas pessoas e foram amplamente distribuídas pelos internautas através da rede mundial de computadores, porém a forma de produção desse tipo de mixagem ainda não é conhecida pelo grande público e nem sua produção é feita em larga escala. Essa possibilidade de ambientação do áudio dando sensação do espaço no qual se passa a ação representa uma grande oportunidade a ser trabalhada nas futuras produções de entretenimento de rádio, TV e novas mídias. Somado a isso, a proliferação de aparelhos tocadores de áudio é muito grande e é através destes aparelhos que os jovens e até alguns adultos se mantêm informados e entretidos em algumas situações como no trânsito. Ao produzir pequenos unitários de até 3 minutos de duração beneficia-se a geração de hoje que vive de forma cada vez mais acelerada e sem tempo.



A distribuição do conteúdo pela Internet visa aproveitar o público que o áudio binaural já tem – visto que a rede de computadores foi onde a produção mais conhecida desse tipo de mixagem (o Virtual Barber Shop – facilmente achado em sistemas de busca e em sites como o YouTube é um exemplo de peça de ficção em áudio binaural) foi amplamente distribuída – além de facilitar o acesso uma vez que o ouvinte pode acessá-lo e ouvi-lo quando quiser, podendo ainda assinar o chamado feed RSS do site e ser informado quando novas atualizações forem disponibilizadas no site e, portanto, saber quando novos programas forem postados.

A linguagem sonora é discutida por vários autores, entre eles o pesquisador alemão Rudolf Arnheim. Em sua obra *A estética radiofônica*, é discutido como o texto para um meio que suspende a imagem deve ser elaborado e entonações e funções do locutor. Pode-se notar passagens com referências a estética de percepção espacial.

Algo muito distinto sucede quando a distancia do microfone é empregada de modo consciente e criativo. Então a emissão nunca se desvanece por completo e o distanciamento de um determinado som atua como um desvio significativo da distância normal. O som está previsto como um índice espacial, não segue sendo um som isolado como tal, mas se caracteriza por ter uma certa relação com os demais sons que se encontram no mesmo espaço que ele. O primitivo esquema, em que havia um diálogo no primeiro plano, colocado ante um fundo, se torna enriquecido com uma perspectiva de profundidade, dentro de cujo espaço se pode fixar qualquer distância. Graças a essa distância se introduz o vetor da perspectiva dentro da obra sonora, de modo igual ao que ocorre no cinema com o close. Assim há determinado sons que se ouvem perto, ao mesmo tempo que existem outros que estão mais distantes, proporcionando ao ouvinte uma idéia do lugar dentro da cena onde se desenvolve a ação. (ARNHEIM, 1980, p.57).

O público garante entretenimento e informação com o conteúdo do audiocast. É uma forma de se informar que também diverte. Assim, os jovens que são vistos como os que têm resistência ao conhecimento poderão se interessar por conteúdos importantes – tais como obras literárias pedidas em processos seletivos de universidades – através de um conteúdo que chama atenção pelo formato inovador e que se relaciona facilmente com a cultura de aparelhos portáteis tão bem absorvida por essa geração.

A produção do conteúdo deve ser cuidadosa, porém prática, visto que uma vez desenvolvidos os roteiros, parte-se para a gravação e para a mixagem no formato binaural, isso permite que as empresas que pretendem oferecer esse serviço tenham conteúdo atualizado frequentemente, portanto, adequa-se à demanda do mercado que possa ter interesse em comercializar a série de audiocasts Zumpa, tais como operadoras de telefonia



móvel através de seus portais de conteúdo, como o Claro Ideias, e canais de TV a cabo que cada vez mais trabalham seus programas e conteúdos na Internet.

O nome ZUMPA AUDIOCAST nasceu da função desse produto sonoro, pois pretende-se que o ouvinte consiga, através do conteúdo de qualidade divulgado, atingir seus objetivos, ou seja, “acerte na mosca”.

Assim a construção se deu com o uso de onomatopeias: “ZUM” vem do som da mosca voando e o “PA” do barulho que o ouvinte faz acertando a mosca. O slogan “Acerte na mosca” seria um reforço da ideia contida no nome do produto.

4 MÉTODOS E TÉCNICAS UTILIZADOS

Em um simples método de gravação, dois microfones são colocados a 18 cm de distância um do outro. Esse método não cria uma gravação binaural muito real e fiel. A distância e posição dos microfones é próxima a dos tímpanos humanos, mas somente isso não é suficiente. Métodos mais elaborados consistem em dois microfones de grande precisão montados em uma cabeça de manequim inseridos no canal auricular. É necessário que o som seja captado em canais separados, de forma estéreo.

Outra possibilidade é que se dê a sensação de espacialidade através da edição e mixagem, exigindo um grande domínio técnico do designer de som que através das ferramentas disponíveis em programas de edição “posiciona cada som no espaço”.

5 DESCRIÇÃO DO PRODUTO OU PROCESSO

Programetes de até três minutos de duração, com representações do cotidiano dos jovens abordadas com humor, adaptações literárias de contos, crônicas e de HQ, além de fatos históricos, contribuindo para explicar, introduzir e/ou reforçar diferentes conteúdos pertinentes à formação do jovem brasileiro. Cada audiocast trará um tema diferente com roteiro estruturado de acordo com as necessidades específicas do tema, não existindo uma abordagem estética ou textual que será repetida ao longo da série.

Os programetes serão iniciados por uma vinheta de abertura seguida da parte ficcional com a situação abordada. O encerramento será dado pela conclusão da história ou



por um locutor seguido por uma vinheta de passagem que introduz a ficha técnica do produto .

A linguagem é o grande segredo para que o meio seduza e cativa os ouvintes: mesmo fazendo uso da voz, produzir conteúdo sonoro compreende o uso da linguagem escrita e a construção de textos. Como todo o conteúdo é direcionado a alguém se supõe o uso da linguagem coloquial, mais leve, informal e instigante.

De modo geral, pode-se dizer que a linguagem deve ser direta, simples e clara, ou seja, tudo deve ser dito com objetividade e a maior nitidez possível em um curto espaço de tempo. A linguagem deve fornecer o máximo de informação com o mínimo de texto, além de ser acolhedora e entusiasmada envolvendo emocionalmente e criando intimidade na sua veiculação.

6 CONSIDERAÇÕES

A construção de roteiros de ficção para áudio binaural não está distante da realização de roteiros para rádio. Na verdade, os dois processos são similares. A principal preocupação que se deve ter é que tudo deve ser entendido auditivamente sem o auxílio de imagens. No caso do áudio binaural, se soma a preocupação de preencher os espaços com efeitos sonoros de ambientação e de pensar qual a distância que cada coisa deve ter do ouvinte e em que lado deve estar, visto que essa é a alma da tecnologia de 3D.

Como o áudio será distribuído em um portal de conteúdo na Internet, é importante refletir também um roteiro de hipermídia e, esse sim, difere de forma substancial de outros roteiros, pois deve prever links que levarão a mais informações sobre cada assunto apresentado. Assim, o roteiro passa a exercer a função de um organograma que pode ser entendido como mapa do site, onde se prevê o que será complementado através de texto, áudio ou vídeo – visto que o meio é multimídia – e até onde será aprofundado cada conteúdo apresentado.

Há papel importante da sonoplastia na criação, nem tudo deve ser baseado em locução e na oralidade, mas deve-se criar uma paisagem sonora, um trabalho de envolvimento e utilização de sons, ruídos, silêncio e efeitos sonoros.



Criar um produto educacional em áudio e que seja atraente para nossa sociedade se mostrou difícil, mas não impossível. Foi necessário um grande esforço para tentar identificar as necessidades e desejos do nosso público alvo e, com isso, adaptar os conteúdos aos seus gostos.

A tecnologia binaural ainda tem presença incipiente no nosso país e é difícil encontrar estúdios e ilhas de edição de som preparadas para que se obtenha a estética desejada, porém, com muitos esforços e imensa colaboração de nossos técnicos de som, Tamiris Nogueira e Tony Di, o efeito desejado foi atingido com a utilização de um simples programa de edição multipista (o Sony Acid PRO) como opção ao microfone de alto custo descrito na fundamentação teórica desse trabalho.

Muitos desafios, teóricos e técnicos, foram superados com a realização desse Trabalho de Conclusão de Curso em Áudio Experimental e o resultado desse esforço pode ser conferido no CD anexo a esse relatório.

Depois de um ano nos dedicando a esse trabalho, fica a sensação de realização e orgulho e uma ponta de tristeza com o término dessa jornada, que foi árdua, mas que também se mostrou muito prazerosa e gostosa com as descobertas que fizemos.

Acreditamos que educação, tecnologia e entretenimento podem e, cada vez mais, devem andar juntos! Esperamos que esse trabalho seja prova viva disso.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ARNHEIM, Rudolf. **A estética radiofônica**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1980.

AVILA, Renato. **Som digital**. Rio de Janeiro: Brasport, 2003.

BAIRON, Sérgio. (Org.). **Texturas sonoras: áudio na hipermídia**. São Paulo: Hacker, 2005.

BREMMER, Jan, ROODENBURG, Herman. (Org.). Trad. Cynthia Azevedo e Paulo Soares. **Uma história cultural do humor**. Rio de Janeiro: Record, 2000.

BARBOSA F., André. **O conteúdo no rádio digital: a necessária aproximação entre tecnologia e linguagem**. São Paulo: Paulinas, 2005.

_____ et al. (Org.). **Mídias Digitais: convergência tecnológica e inclusão social**. São Paulo: Paulinas, 2005.



CASSIRER, Ernest. **Ensaio sobre o homem**: introdução a uma filosofia da cultura humana. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

GOSCIOLA, Vicente. **Roteiro para as novas mídias**: do game à TV interativa. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

GRANATIC, Branca. **Redação, humor e criatividade**. São Paulo: Scipione, 1997.

HUIZINGA, Johan. **Homo ludens**: o jogo como elemento da cultura. 4.ed. São Paulo: Perspectiva, 1996.

JOURDAIN, Robert. Trad. Sônia Coutinho. **Música, cérebro e êxtase**: como a música captura nossa imaginação. Rio de Janeiro: Objetiva, 1998.

LEÃO, Lucia. (Org.). **O chip e o caleidoscópio**: reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2005.

LÉVY, Pierre. Trad. Carlos Irineu da Costa. **As tecnologias da inteligência**: o futuro do pensamento na era da informática. Rio de Janeiro: Ed.34, 1993.

PARENTE, André. (Org.). **Imagem máquina**: a era das tecnologias do virtual. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

PRADO, Emílio. **Estrutura da informação radiofônica**. São Paulo: Summus, 1989.

PRATA, Nair. **WEBradio**: novos gêneros, novas formas de interação. Florianópolis: Insular, 2009.

REIM, Michael. **Virtual Realism**. Nova York: Oxford University, 1998.

SAAD, Beth. **Estratégias para a mídia digital**: internet, informação e comunicação. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2003.

SANTAELLA, Lucia. **Matrizes da linguagem e pensamento sonoro, visual, verbal**: aplicações na hipermídia. São Paulo: Iluminuras, 2001.

SANT'ANNA, Affonso. **Paródia, paráfrase e cia**. 8.ed. São Paulo: Ática, 2007.

SARTORI, Giovanni. **Homo videns**: televisione e post-pensiero. 3.ed. Bari: Laterza, 1999.

SILVA, Júlia Lúcia de Oliveira Albano da. **Rádio**: oralidade mediatizada – o Spot e os elementos da linguagem radiofônica. 2 ed. São Paulo: Annablume, 1999.

ZUBEN, Paulo. **Ouvir o som**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2005.