



Caxias Cast: formas de participação através de uma produção sonora não-localizada¹

Otacilio Evaristo Monteiro VAZ²
Faculdade Internacional de Curitiba
Universidade Tuiuti do Paraná

Resumo

A partir das atuais tecnologias, possíveis através da informática e das telecomunicações, temos a possibilidade de produzir formas alternativas de divulgação de conteúdo, possibilitando compartilhar informações que ocorrem em territórios não-localizados. Este artigo fala sobre a criação do *podcast* Caxias Cast, pensado como forma de participação para professores e estudantes do curso de Comunicação Social da Faculdade Internacional de Curitiba - Facinter, que não foram ao Intercom 2010, que aconteceu na cidade de Caxias do Sul – RS. Este trabalho descreve seu processo de produção, suas formas de divulgação e, ao final, verificamos sua eficácia, com base na hipótese inicial.

Palavras-chave: podcast, cibercultura, não-lugar, reterritorialização

¹ Trabalho apresentado no DT 5 – Ciberculturas do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 26 a 28 de maio de 2011.

² Professor do curso de Comunicação Social da Faculdade Internacional de Curitiba – Facinter - Mestrando do Curso de Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná, email: omvaz@facinter.br



Introdução

O Congresso anual da Intercom é o evento mais importante para professores, pesquisadores e estudantes da área de Comunicação. Estimular a participação do corpo docente e discente no evento é fundamental para as instituições de ensino com cursos nessa disciplina. A Facinter - Faculdade Internacional de Curitiba, tem sido presença constante nas últimas edições do Intercom. Mesmo assim, não são todos os alunos que têm a disponibilidade de viajar para apresentar seus trabalhos, ou mesmo para acompanhar a discussão.

Com o objetivo de estimular a produção científica na instituição e levar um pouco do evento aos que não puderam acompanhá-lo presencialmente, durante o Intercom 2010, realizado em Caxias do Sul, a Facinter produziu e disponibilizou uma série de *podcasts* com conteúdo sobre o Congresso. Os episódios comentavam os artigos apresentados, traziam entrevistas com palestrantes, falavam sobre as festas e divulgavam a atuação dos professores e alunos da Facinter no evento. A série de programas foi batizada de Caxias Cast.

Os episódios eram divulgados no *site* e no grupo de *e-mail* da Facinter, com *links* que levavam ao *site* de sua hospedagem, o *Podomatic* (www.podomatic.com). A produção de áudio do tipo *podcast* traz em si algumas vantagens, como sua fácil execução sem a necessidade de muitos equipamentos e nem de um espaço físico determinado para que isso aconteça. Devido a ausência de imagem, a produção de áudio possui alguns recursos característicos de produções sonoras feitas para cinema, televisão e rádio, como o uso de efeitos sonoros, captação de diálogos e música, utilizados também no Caxias Cast.



O *podcast* permite uma comunicação personalizada, pessoal, desprendida de padrões de produção pertencentes a mídias já citadas. Ele é fácil de ser produzido, não exige grande técnica para sua execução e finalização. Sua forma de divulgação através da *web* está inserida nas atuais formas de comunicação no ciberespaço.

Outras formas mais fáceis de divulgação de conteúdos como a criação de um *blog*, ou o envio de *e-mails* que atualizassem os alunos sobre o evento, poderiam ter sido escolhidos para a cobertura do que estava acontecendo. A partir do meu envolvimento com produção de áudio, veio naturalmente a ideia de cobrir o congresso com uma produção sonora. A escolha pela linguagem do *podcast* deveu-se justamente pela sua praticidade de execução, e pela possibilidade do desprendimento em relação à linguagens estéticas típicas do meio rádio. Com um gravador portátil e um *notebook* foi possível a realização das entrevistas e a edição dos episódios, apenas fazendo as postagens para divulgação. Pensando em um modelo de rádio padrão, seriam necessários equipamentos como transmissores, microfones, mesa de som, além de um espaço físico determinado, o que o inviabilizaria devido a falta de praticidade e mobilidade. A linguagem informal e íntima, adotada para o *Caxias Cast*, tinha como objetivo criar uma proximidade e familiaridade com os estudantes e professores da Facinter que ficaram em Curitiba e não estavam participando do evento, criando uma forma de participação não-presencial.

Buscarei neste artigo, justificar a escolha do formato *podcast* como forma de divulgação, oferecendo um tipo de participação, no caso do *Caxias Cast*, para pessoas que não estejam envolvidas presencialmente em determinado evento. Para isso trabalharei com alguns conceitos como o não-lugar, abordado por Marc Augé (2008); micromídia e mídia de nicho, estudados por Sarah Thornton (1996); reterritorializações, trabalhadas por André Lemos; usos do *podcast*, por Alex Primo (2005), entre outros.



Podcast

O nome vem da junção de duas palavras: *I-pod* e *Broadcast*. A primeira diz respeito ao conhecido *player* (tocador) da fabricante *Apple*, que popularizou o uso de arquivos de música em formato MP3; a segunda está relacionada com o ato de transmitir algum sinal, seja por rádio ou televisão. Um *podcast* é um tipo de arquivo sonoro que pode ser produzido a partir de qualquer equipamento que ofereça o recurso de gravação de áudio, e que depois de editado em um programa específico, é convertido para formatos comprimidos, geralmente o MP3. Após este processo, o arquivo é transferido para sites que os hospedam, e lá serão chamados de episódios. O *Podomatic*, já citado, é um exemplo de site que hospeda esses tipos de arquivos. Vários episódios podem ser criados, dando uma seqüência à um determinado tema escolhido. As formas de divulgação são elementos que caracterizam um *podcast*. O site de hospedagem oferece um código RSS (Real Simple Syndication), que é copiado para um *software* agregador³, oferecendo ao usuário, a possibilidade de se manter atualizado sobre os novos episódios sem ter que visitar constantemente o *site*.

Outra forma de divulgação é o *blog*. Nele os episódios podem ser não apenas ouvidos através da geração de um *player*, mas por estar neste ambiente, abre-se a possibilidade de comentários sobre os episódios, trocas de mensagens entre os visitantes. O *podcast* é mais um exemplo relacionado com as trocas de conteúdo dentro da *web*, como vídeos, fotos, músicas, texto etc. Estas trocas são possíveis graças aos avanços da tecnologia e ao barateamento de equipamentos, que tornam possíveis uma fácil produção de materiais para serem depois, divulgados no ciberespaço.

³ Os agregadores são softwares responsáveis por fazer a busca dos feeds, tendo como base os sites assinados pelo usuário. Com os agregadores, o usuário não precisa mais visitar os sites de seu interesse, com esse mecanismo as informações é que chegam ao usuário



O conceito de *podcasting*⁴ surge em 2004 a partir da ideia do ex-Vj da MTV americana, Adam Curry, que pretendia agregar em um único lugar, as produções em áudio espalhadas pela internet. *Podcast* seria portanto “um sistema de produção e difusão de arquivos sonoros em que um usuário, mediante uma assinatura em um programa agregador de conteúdo, recebe o áudio automaticamente, sem ter que acessar o site em que foi publicado” (REZENDE e SCHWARTZMANN, 2008, p.254).

Sobre o público a que se destina esse tipo de produção sonora, podemos considerar algumas possibilidades. Podemos desenvolver um *podcast* voltado apenas para um pequeno número de ouvintes, pessoas mais próximas que terão conhecimento das postagens através de *e-mails* recebidos por divulgação do autor. Esse pequeno número de pessoas constituiria, segundo Sarah Thornton (1996), em seus estudos sobre a cultura *clubber* inglesa, uma micromídia. Uma produção midiática destinada à um pequeno público, e com baixa circulação. A micromídia não é inaugurada com o advento da *internet*. Muitas foram as formas de divulgação voltadas para um público restrito, como os *flyers*, fanzines, rádios pirata etc.

O *podcasting* também pode ser, ao mesmo tempo, considerado uma mídia de nicho, por alcançar um público específico mas com maior alcance, se comparado à micromídia. Isso pode ser constatado ao percebermos a presença de *podcasts* presentes nos *sites* de grandes marcas, ou em portais de notícias, servindo com uma mídia complementar ao conteúdo divulgado.

Para Alex Primo (2005), é preciso considerar o *podcasting* como uma mídia híbrida, por carregar aspectos pertencentes tanto a micromídia quanto a mídia de nicho:

Os *podcasts* produzidos por indivíduos e grupos sem vinculação com corporações de mídia e que atingem pequenas audiências são de fato micromídia. Por outro lado, empresas que atuam na mídia de massa e de nicho já estão produzindo seus próprios *podcasts*. Ou seja, a publicação de arquivos de áudio e de RSS não determina necessariamente que o *podcasting* seja uma mídia de nicho ou micromídia (PRIMO, 2005, p. 4).

⁴ Segundo Alex Primo, seria o ato de “fazer” o *podcast* e postá-lo.



Apesar do seu potencial ter sido ignorado durante algum tempo, empresas e grupos de comunicação brasileiras estão percebendo o potencial do *podcast*, e as possibilidades de conquistarem novos públicos através desse tipo de produção. Empresas como Uol, Terra, Globo etc, já possuem há algum tempo, *podcasts* presentes em *blogs* vinculados aos seus portais de notícias.

Apesar de serem meios sonoros, o *podcast* e o rádio se diferenciam em alguns aspectos. Enquanto o rádio, na sua forma de transmissão tradicional através de ondas, é uma mídia massiva, onde a transmissão dos conteúdos consideram a massa de ouvintes de forma hegemônica, com o *podcasting* teremos um direcionamento mais individualizado dos conteúdos produzidos. Existem atualmente, pesquisas sobre a desterritorialização e reconfiguração que o rádio sofre na internet, criando formatos como a rádio *web*. Como foi tratado no artigo do professor Gustavo Lopes “Uma Possível Reconfiguração do Modelo das Rádios Educacionais na Web em Função do Precedente Jurídico no Caso ECAD – Kboing”, durante o Intercom de 2010 em Caxias do Sul.

Diferenças relacionadas à natureza da transmissão também podem ser apontadas por Primo (2005), ao falar sobre as características de transmissão entre o *podcast* e o rádio:

No último processo a distribuição é feita tradicionalmente através de transmissores de ondas eletromagnéticas, que viajam através do éter, para serem captados e sintonizados através das antenas de receptores de rádio. Ou seja, a escuta se dá sincronicamente com a emissão do sinal. Desta forma, em programas ao vivo os apresentadores/locutores podem conversar com colegas da emissora, com entrevistados e mesmo com ouvintes ao mesmo tempo que o programa é sintonizado pela audiência. No *podcasting* essa sincronia é quebrada, pois o tempo de produção e publicação não coincide com o da escuta. Após gravar a versão final do programa em um arquivo de áudio (normalmente em formato MP3), o *podcaster* o envia para um servidor (PRIMO, 2005, p. 5).

Como visto, com o *podcast* temos o controle do momento da escuta. Como o arquivo de áudio é “baixado” inteiro, temos então o controle sobre a hora em que queremos ouvir o programa já gravado. Neste sentido, o *podcast* segue um dos três princípios básicos da cibercultura trabalhados por André Lemos (2005): a liberação da emissão. Estes princípios estão relacionados ao ciberespaço, o espaço cibernético das



comunicações mediadas por computadores. Funciona a partir de três princípios: liberação da emissão, conexão e reconfiguração.

No rádio, o ouvinte precisa estar próximo de um aparelho para poder acompanhar o que está sendo transmitido naquele momento. Com o *podcast* não existe esta necessidade, devido ao fato de que o ouvinte, ao baixar o arquivo de áudio, pode escolher o momento de ouvi-lo. Quanto ao formato, apesar de existirem muitos *podcasts* produzidos a partir de uma estética que segue o padrão radiofônico, não há uma regra para a sua produção.

Podemos produzi-lo de formas variadas e com estéticas que se distanciam do formato padronizado de rádio, abrindo um espaço para pessoas que não são profissionais da área, mas que querem produzir conteúdos de áudio para divulgarem para outras pessoas. Com um computador, um microfone simples e algum *software* de gravação ou gravador externo, é possível gravar um *podcast*. Até mesmo com o gravador de um celular isso é possível. O *podcast* se apropria de algumas características do rádio tradicional. Segundo Bolter (2001), “o *podcasting* remedia o rádio, por tomar emprestado, algumas características deste meio. Isso gera novas formas de organização cultural relacionadas ao meio mais antigo”. Apesar de suas análises estarem voltadas para o universo impresso, o autor fala que, o nosso atual momento cultural é muito mais visual do que lingüístico, e dentro desse formato também temos a presença do som.

Caxias Cast

O Caxias Cast foi pensado para ser um *podcast* de característica bastante informal, apesar de estar relacionado à um congresso acadêmico. As informações eram passadas ao ouvinte, mas de uma forma descontraída e com uma linguagem gostosa de se ouvir. Os equipamentos utilizados para a captação das entrevistas e edição dos episódios foram dois gravadores portáteis digitais e o *software Garageband* rodando em um *notebook* do fabricante *Apple*. A equipe era formada por mim (coordenador, entrevistador e editor) e Matias Peruyera (repórter).



No total foram produzidos 6 programas⁵, procurando cobrir a maior parte dos principais acontecimentos do congresso. No caso específico do Caxias Cast, decidi seguir uma linha estética encontrada em programas radiofônicos. O programa se inicia com uma vinheta, uma base instrumental seguida de voz anunciando o nome do programa. Músicas seguem como BG (back ground) para criar um ambiente sonoro para a locução, que segue com os assuntos tratados em cada episódio, mas com uma performance radiofônica. Alguns efeitos sonoros também foram adotados em determinados programas, como forma de reforçar alguma ideia. A escolha dos temas músicas para a vinheta e para o restante dos episódios são determinadas a partir de padrões sonoros culturais, que geram tipos de identificação com o ouvinte. Isso facilita a assimilação da mensagem, cria um clima familiar para a escuta. Segundo Robert Jourdain (1998), nossa mente cria algumas expectativas quando iniciamos a escuta de uma música. Nosso cérebro, a partir de determinados padrões de escuta, tenta antecipar o que virá a seguir, ele cria previsões.

Conforme essas previsões vão sendo satisfeitas ou não, isso pode gerar diferentes tipos de emoção, negativa ou positiva. É o que o autor denomina de Teoria da Discrepância. Essa ideia não se restringe apenas à música, mas ao som de forma geral. A partir dos estudos sobre estes comportamentos, podemos ver estratégias nas produções sonoras adotadas para provocar determinados tipos de sensações que agradem e envolvam emocionalmente o ouvinte. No Caxias Cast, foi procurado um clima descontraído e dinâmico, com temas musicais que sugerissem movimento, alegria, um clima de festa, o que também foi uma das intenções do congresso: uma festa acadêmica.

A ideia de se produzi-lo nasceu em Curitiba, mas sua execução ocorreu não só no lugar do congresso, mas também durante a viagem, na estrada, dentro de um carro, o que para Marc Augé (2008) trata-se de um não-lugar. Para o autor, os lugares representam (e lembram) a passagem do tempo que não foi apagado, do tempo que sobreviveu. Um lugar, segundo o autor, possui identidades, relações e história. Gera vínculos e referências com as pessoas.

⁵ Ver em: <http://tatavaz.podomatic.com>



Para Augé o não-lugar é desvinculado, temporário, funciona sob uma curta relação com quem o visita ou utiliza:

[...] ocupações provisórias (as cadeias de hotéis e os terrenos invadidos, os clubes de férias, os acampamentos de refugiados, as favelas destinadas aos desempregados ou à perenidade que apodrece), [...] O lugar e o não-lugar são, antes, polaridades fugidias: o primeiro nunca é completamente apagado e o segundo nunca se realiza totalmente – palimpsestos em que se reinscreve, sem cessar, o jogo embaralhado da identidade e da relação (AUGÉ, 2008, p. 74).

Assim como os aeroportos, as estradas são “não-lugares reais da supermodernidade”, que tomamos emprestado temporariamente para atender alguma necessidade. Enquanto estamos na estrada, somos informados através de dispositivos textuais sobre informações diversas, desde a quilometragem para cidades próximas, limites de velocidade, informações turísticas etc. Somos quase que dispensados à uma interação maior com o lugar que passamos:

O percurso rodoviário é, portanto, duplamente notável: ele evita, por necessidade funcional, todos os lugares memoráveis dos quais nos aproxima; mas os comenta; os postos de serviço somam-se a essa informação e se dão, cada vez mais, ares de casas da cultura regional, propondo alguns produtos locais, mapas e guias que poderiam ser úteis a quem parasse ali (AUGÉ, 2008, p. 90).

Pelo fato de estarmos “em trânsito”, terminamos por ter um contato muito superficial com os lugares que passamos. As paradas exercem um papel maior de suporte: parada para alimentação, combustível etc.

Dois episódios do Caxias Cast foram feitos dentro de um carro, no caminho entre Curitiba e Caxias do Sul (local do congresso), portanto um não-lugar. Não havia a necessidade de um lugar para que o programa acontecesse, diferentemente de programas feitos em uma rádio tradicional, onde é preciso um estúdio de gravação dotado de todos os equipamentos de gravação e transmissão que se fazem necessários.

Como os *podcasts* oferecem a possibilidade de se desprender de formatos e qualidades características da radiofonia tradicional, já comentados, é possível realizar os programas nos mais diversos lugares e com as mais diferentes tecnologias, desde celulares, passando por gravadores de fita, até gravadores digitais sofisticados. Portanto,



o livre trânsito que pode ser colocado em prática com o *podcasting*, nos permite transitar por diversos não-lugares.

Durante os dias de gravação, diversos não-lugares foram utilizados. A maior parte do conteúdo dos programas estava concentrada no local do congresso, a Universidade de Caxias do Sul, durante o dia todo. Trata-se de outro não-lugar, onde a relação das pessoas com o lugar e o tempo de permanência são delimitados. Diversas pessoas de outras cidades se encontravam ali especificamente para o evento, o que para elas torna o contato com o lugar mais temporário ainda. Depois de feitas as entrevistas durante o dia de congresso, o episódio era montado durante a noite em um hotel. Temos aqui outro exemplo de não-lugar, onde a permanência é temporária, um lugar “emprestado” para suprir uma necessidade de duração definida.

Podemos fazer um diálogo entre os não-lugares trabalhados por Augé (2008) relacionados à ideia de territorialização e reterritorialização, tratados por André Lemos (2005). Fruto de reflexões sobre os estudos relacionados ao controle e linhas de fuga, feitos por Gilles Deleuze e Félix Guattari, Lemos transporta esse tema para o ambiente da cibercultura. Segundo o autor, a ideia de território nos remete ao conceito de fronteiras, de delimitações de um espaço físico, cultural, econômico, social etc. Portanto, criar um território é controlar.

Desterritorializar é justamente o processo da quebra dessas fronteiras, da possibilidade de se criar linhas de fuga alternativas contra esse controle em um processo de re-significação. Sendo tratada como uma cultura da desterritorialização, a cibercultura abre novas possibilidades de desterritorializações contemporâneas. Os *blogs*, *chats*, *podcasts* são formas de reterritorialização, ao possibilitarem uma alternativa que fuja ao controle estabelecido pela definição do território. Mas mesmo o ciberespaço é ele também de alguma forma, controlado, o que incentiva o processo de des-re-territorializações. Sobre isso Lemos cita:

No entanto, a dinâmica social não pára de mostrar linhas de fuga e possibilidades de des-re-territorializações: ações ciberativistas, blogs, redes P2P, movimento pelos softwares livres, comunidades virtuais, *softwares* sociais como Orkut (LEMOS, 2005, p. 6).



Ao ser gravado dentro de um carro, no interior de uma universidade ou de ser editado em um quarto de hotel, o Caxias Cast cria algumas situações de reterritorialização. Há uma utilização do novo espaço, mas cria-se uma ambientação familiar aos alunos (ouvintes) através da voz familiar da equipe de produção, dos professores, juntamente com vozes novas e desconhecidas. Desvencilha-se do controle do território: hotel, universidade, estrada, e cria-se uma ambientação própria, familiar, reterritorializada, na produção do programa.

Considerações finais

Este artigo buscou exemplificar a experiência de se produzir o *podcast* Caxias Cast, à partir de um conjunto de teorias relacionadas com não-lugares, tipos diferentes de mídia como micromídia e mídia de nichos, remediações, possibilidades de participação, além de reflexões e diálogos entre os teóricos citados.

Com relação aos resultados, conseguimos a participação de alunos, que depois de uma pesquisa feita, confirmaram que ouviram os episódios como forma de participação no evento. O *blog* do Clube Universitário (<http://.clubuniversitario.net>) também postou os episódios, como forma de reforçar a divulgação. Sem dúvida o Caxias Cast foi uma forma alternativa de acompanhamento do Intercom 2010 em Caxias do Sul. O *site* oficial do congresso oferecia todas as informações para quem quisesse ficar em dia com o que estava acontecendo. Sua função foi passar informações para os alunos e professores da Facinter sobre o evento, mas através de uma produção sonora feita por pessoas conhecidas, gerando maior familiaridade e melhor aceitação ao ouvinte.

Caxias Cast aconteceu em não-lugares, por ter acontecido em espaços em que se estabelece uma relação temporária, emprestada, como os episódios feitos em plena estrada, as entrevistas no interior da universidade ou sua edição feita em um quarto de hotel. É também uma reterritorialização, por estabelecer um novo território dentro de espaços de controle, físico ou virtual.

Gerou formas de participação, por ter oferecido a oportunidade de se acompanhar um evento à distância, e por permitir formas de interação através de comentários enviados pelos alunos que não foram para Caxias do Sul, através do *e-mail* da Facinter ou através de *blogs*. Uma produção desvinculada de controle ou localização, que se utilizou



de lugares temporários para sua realização, marcando possibilidades participativas, de expressão e de localização.

Referências bibliográficas

AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas: Papyrus, 1994.

BOLTER, J. David. **Writing space**: computers, hypertext, and remediation of print. New Jersey: Taylor e Francis e-Library, 2009.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **A geração podcasting** e os novos usos da rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. Recurso eletrônico. Revista FAMECOS, Porto Alegre – n. 37, dezembro de 2008. Disponível em <www.thefreelibrary.com/geracaopodcastingeosnovosusosdoradionasociedade...-a0197040688>. Acesso em 14 mar. 2011.

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

LEMOS, André; LÉVY, Pierre. **O futuro da internet**: em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMOS, André. **Ciberespaço e tecnologias móveis**: processos de territorialização e desterritorialização na cibercultura. Recurso eletrônico. Pesquisa do Grupo de Pesquisa em Cibercidades (GPC/CNPq) do Centro Internacional de Estudos e Pesquisa em Cibercultura (Ciberpesquisa) - PPGCCC/Facom/UFBa, 2005. Disponível em <www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemos/territorio.pdf>. Acesso em 25 nov. 2010.

_____. **Podcast**: emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura. Recurso eletrônico. Publicação do Ciberpesquisa – Centro de Estudos e Pesquisas em Cibercultura, 2005. Disponível em <www6.ufrgs.br/limc/PDFs/podcasting.pdf>. Acesso em 28 mar. 2011.

PRIMO, Alex. **Para além da emissão sonora**: as interações no podcasting. Recurso eletrônico. Artigo apresentado durante o VIII Seminário Internacional da Comunicação - Mediações Tecnológicas e a Reinvenção do sujeito, na PUCRS, 2005. Disponível em <www6.ufrgs.br/limc/PDFs/podcasting.pdf>. Acesso em 25 nov. 2010.



REZENDE, Djaine Damiani; SCHWARTZMANN, Matheus Nogueira. Rádio e Podcast: intersecção das práticas. IN: DINIS, Maria Lúcia Vissoto Paiva; PORTELA, Jean Cristus. **Semiótica e Mídia**: textos, práticas, estratégias. São Paulo: Unesp/FAAC, 2008.

THORNTON, Sarah. **Sub cultures**: music, media and subcultural capital. Middletown: Wesleyan University Press, 1996.