UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN
CAMPUS BAURU
GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

JULIA BERGAMASCHI RAMON

PODCAST RETRANCA!

UM PRODUTO SONORO SOBRE O FAZER JORNALÍSTICO TELEVISIVO DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

Bauru
2022

JULIA BERGAMASCHI RAMON

PODCAST RETRANCA!

UM PRODUTO SONORO SOBRE O FAZER JORNALÍSTICO TELEVISIVO DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em cumprimento parcial às exigências do curso de Jornalismo, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, do Departamento de Comunicação Social da UNESP - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", campus de Bauru - para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Machado Filho.

Bauru

2022

JULIA BERGAMASCHI RAMON

PODCAST RETRANCA!

UM PRODUTO SONORO SOBRE O FAZER JORNALÍSTICO TELEVISIVO DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado em cumprimento parcial às exigências do curso de Jornalismo, da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design, do Departamento de Comunicação Social da UNESP - Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho", campus de Bauru - para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Francisco Machado Filho.

Aprovado em: 18/08/2022.

Banca examinadora:

_____

Prof. Dr. Francisco Machado Filho (Orientador)

_____

Prof. Dr. Maximiliano Martín Vicente

_____

Profª. Drª. Daira Martins Botelho

Bauru

2022

AGRADECIMENTOS

Só seria possível começar agradecendo aos meus quatro grandes alicerces:

Mãe, obrigada por me mostrar todos os dias o que é a coragem, o cuidado e a força. Você é o meu lugar seguro nesse mundo tão desordeiro, obrigada por apoiar os meus sonhos e por me ensinar lindamente o que é o amor.

Vovó, obrigada por garantir que eu não desistisse nunca, obrigada por me dar todo o suporte nos momentos em que eu precisava de um conforto, por repetir incessantemente: “No fim, dá tudo certo. Você tem que pensar positivo!".

Vovô, obrigada por ter sido o meu grande professor nessa vida, por ter me feito crescer apaixonada pelo conhecimento e pelo saber. Obrigada por estudar comigo quando eu ainda era criança e por transmitir para mim todo o orgulho que sentia.

Enzitos, obrigada por ser meu pequeno grande irmão, por se preocupar com o meu futuro e me incentivar a ir em busca do que eu desejo. Obrigada por ser meu amigo nessa vida.

Ao meu pai, que já nos deixou desse mundo plástico e superficial, um agradecimento especial. Sem você, pai, nada do que vivi até hoje seria possível. Obrigada por ser o meu maior fã, por me motivar a ir sempre mais longe nessa viagem chamada vida. Mesmo que caminhar sem você ao meu lado seja demasiadamente doloroso, escuto tua voz me dizendo: “É preciso ir lá e ver”.
Você me ensinou a importância de não viver afastada do mundo e fazer parte dele, me ensinou que é necessário continuar em frente, mesmo por mares bravios, para chegar em algum lugar. Obrigada por me ensinar tantas coisas, obrigada por me fazer uma apaixonada pela arte de viver. Saudades de ti.

Aos meus amigos da República Casa de 7, local de acolhimento, amor e onde eu descobri verdadeiramente o que significava amizade, obrigada por terem me recebido desde o primeiro dia que cheguei na cidade lanche, e por estarem presentes na minha

vida de tantas formas. Carrego vocês e todas as nossas histórias no meu coração, sempre.

Um agradecimento especial a minha amiga Letícia Pinho, jornalista que me ajudou absurdamente a construir este trabalho.

Ao meu amor e amigo, Antônio, por acreditar em mim mesmo quando eu me cubro de dúvidas. Obrigada por andar ao meu lado e por me admirar desmedidamente.

Aos meus professores, todos eles, do infantil até a graduação, por terem dedicado seu tempo e suas vidas ao ensinar. Sem eles, eu jamais poderia concluir este trabalho, sou eternamente grata pela dedicação que dispuseram a mim e a educação brasileira.

À UNESP Bauru e ao ensino superior público, que foi o maior evento transformador da minha vida. Não é possível passar pela graduação e não deixar para trás uma versão sua que já não mais te cabia. Deixei em 2017 uma Julia cheia de certezas para me encontrar em 2022 com uma Julia que não tem certeza de nada, mas que busca aprender com os livros, com os outros e com a vida.

Aos que foram, aos que restaram, aos que passaram pelas ruas dessa cidade nesses 5 anos e tocaram a minha alma de alguma forma para que pudesse escrever a minha história: Obrigada!

“*Amar muitas coisas, por aí que reside a verdadeira força, e quem ama muito executa muito, e pode realizar muito mais, e aquilo que é feito com amor é bem feito*” (Van Gogh).

RESUMO

O podcast “RETRANCA!” é um produto sonoro e midiático que tem como função noticiar e trazer debates acerca de temas da atualidade, como política, cultura, educação e saúde, além de discorrer sobre a própria comunicação. O episódio desenvolvido teve como assunto principal o fazer jornalístico televisivo durante a pandemia de COVID-19, nos anos de 2020 e 2021, e trouxe como convidado um repórter de uma afiliada da Rede Globo para compartilhar sua experiência. O jornalista comentou sobre os maiores desafios enfrentados nesses últimos dois anos, quais foram as adaptações dentro das redações, e contou sobre os momentos mais marcantes da cobertura dessa crise humanitária. O podcast é composto por entrevistas e notas opinativas.

Palavras-chave: Jornalismo audiofônico; COVID-19; Podcast.; Atualidades.

ABSTRACT

The podcast “RETRANCA!” is a sound and media product whose function is to report and bring debates about current issues, such as politics, culture, education and health, in addition to discussing communication itself. The episode developed had as its main subject the television journalistic work during the COVID-19 pandemic, in the years 2020 and 2021, and brought as a guest a reporter from an Rede Globo affiliate to share his experience. The journalist commented on the biggest challenges faced in the last two years, what were the adaptations within the newsrooms and told about the most remarkable moments in the coverage of this humanitarian crisis. The podcast consists of interviews and opinion notes.

Keywords: Audiophonic Journalism; COVID-19; Podcast; Current Affairs.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Logomarca do podcast "Retranca!" 32

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Informações do entrevistado 23

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO 12
1.1 TEMA GERAL 12
1.1.2 Tema específico 13
1.2 OBJETIVOS 15
1.2.1 Objetivos gerais 15
1.2.2 Objetivos específicos 15
1.3 JUSTIFICATIVA 15
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA 17
2.1 GÊNERO 17
2.2 FORMATO 17
2.3 O PODCAST COMO PRODUTO 17
2.4 O PODCAST JORNALÍSTICO 19
3 METODOLOGIA DE EXECUÇÃO 21
3.2 PRÉ-PRODUÇÃO E ENTREVISTA 22
3.2.1 Pauta 23
3.3 PRODUÇÃO E PÓS-PRODUÇÃO 25
3.3.1 Gravação do programa 26
3.3.2 Edição 27
4 PODCAST "RETRANCA!" 29
4.1 DESCRIÇÃO DO PROGRAMA 29
4.2 ESTRUTURAÇÃO DO PROGRAMA 30
4.3 PÚLICO-ALVO 31
4.4 CONTEÚDO SONORO 31
4.5 LOGOMARCA 31
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS 33
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 35
APÊNDICE A – ROTEIRO DO EPISÓDIO 38

1 INTRODUÇÃO

1.1 TEMA GERAL

No ano de 2020, o Brasil liderou o ranking de países com maior crescimento na produção de podcasts, de acordo com o Relatório *Voxnest*, publicado em 2020 pela *Mid Year Report – The State of the Podcast Universe.* Esse formato sonoro de mídia já era conhecido em nichos sociais específicos, mas nos últimos dois anos ganhou espaço entre os mais variados grupos. De acordo com essa pesquisa, os primeiros podcasts do país tinham um caráter mais técnico e tratavam de assuntos específicos. Hoje, os conteúdos são criados para atender a demandas dos ouvintes.

Com a chegada da pandemia de COVID-19, a forma de se comunicar sofreu mudanças inéditas, e precisou se restabelecer através da busca por inovação e continuar em plena atividade. O público, de maneira geral, começou a buscar formas mais dinâmicas de se informar, e foi durante esse período que houve um crescimento exponencial no número de podcasts jornalísticos. De acordo com uma pesquisa realizada pelo IBOPE para Pesquisa Globo Podcast, publicada em outubro de 2020, 57% dos ouvintes de podcasts começaram a consumir esse produto durante a pandemia, e 43% já ouviam, mas 31% passaram a ouvir mais do que antes.

Essa pesquisa mostrou a potência do podcast em um período em que a maioria das pessoas se manteve em isolamento e sentiu a necessidade de explorar novas formas de se informar. Foi também nesse momento que surgiram mais podcasts de entretenimento, como entrevistas descontraídas com especialistas, e outro fenômeno que já era conhecido, mas ficou mais intenso: as transmissões ao vivo dessas entrevistas, que faziam com que os ouvintes pudessem assistir visualmente o que estava acontecendo, além de apenas ouvir.

O fazer jornalístico acompanha as mudanças sociais, e isso faz com que a tecnologia seja uma aliada durante esse processo. De acordo com Carlos Eduardo Franciscato (2010):

> A inovação tecnológica no jornalismo [...], não pode ser considerada como um investimento isolado em modernização industrial, mas caracterizada também como um aporte que modifica as rotinas e processos de trabalho do jornalista, bem como o perfil e a qualidade do produto jornalístico FRANCISCATO, 2010, p.12).

Dito isso, o jornalismo durante a pandemia se alavancou com as facilidades advindas pela modernidade e encontrou soluções para se manter vivo, mesmo com o constante ataque aos meios democráticos de informação. Isso também gerou uma necessidade de mostrar a relevância da mídia para a população de forma geral, tornando possível desmistificar o que é o jornalismo e como é ser jornalista no Brasil, em tempos atuais. Ademais, a crise sanitária que teve início em 2020 fez com que muitos jornalistas e repórteres se sentissem sobrecarregados, cansados e com medo, afinal, foram um dos poucos grupos de trabalhadores que não puderam trabalhar à distância e nem se ausentar de seus ofícios, uma vez que eram essenciais para a manutenção das informações importantes na luta contra uma nova doença. Isso tudo gerou uma sensação de insegurança muito grande nesses profissionais, que muitas vezes eram incumbidos de fazer jornadas de trabalho extremamente longas, intensas e extenuantes. A produção das notícias e os fatos não pararam, e o trabalho de quem era da imprensa, tampouco.

1.1.2 Tema específico

Em 26 de fevereiro de 2020, foi confirmado o primeiro caso do novo coronavírus no Brasil, e desde então, já foram registrados mais de 32 milhões de casos no país, desde o início da pandemia. A Portaria 356, do Ministério da Saúde, de 11 de março, definiu as iniciativas que poderiam ser adotadas para o combate à epidemia do vírus no país, dentre elas, medidas de isolamento social.

No estado de São Paulo, no dia 22 de março, foi assinado pelo governador João Dória, um decreto especial, que definiu que “[...] medida de quarentena no Estado de São Paulo, consistente em restrição de atividades de maneira a evitar a possível contaminação ou propagação do coronavírus [...]” (SÃO PAULO, 2020). Teve início, assim, as ações que impediam a livre circulação de pessoas e decretado estado de quarentena.

Isso gerou inúmeras inseguranças e levantou diferentes debates acerca do tema, visto que a grande maioria dos brasileiros não puderam optar por simplesmente deixar seus trabalhos presenciais e ficar em casa, tanto por questões financeiras quanto por exercerem ofícios que não poderiam ser feitos à distância.

Dentre esses profissionais, estavam os jornalistas. Os comunicadores não puderam realizar suas tarefas de maneira remota (apesar de terem utilizado, muitas

vezes, recursos tecnológicos, como entrevistas via internet), e era indispensável que estivessem nos hospitais, nas ruas, nos postos de saúde, mostrando a dura realidade que vinha sendo apresentada durante a crise sanitária do coronavírus.

Isso fez com que o fazer jornalístico se tornasse ainda mais desafiador, afinal, colocou limitações para as equipes e acrescentou o temor de se infectar com uma nova doença que poderia ser letal.

De acordo com Luciano Victor Barros Maluly, professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação e do curso de Jornalismo na ECA/USP, em um texto publicado no Jornal da USP em 2020, o jornalismo e as pesquisas nas áreas de ciência da comunicação enfrentaram um dos maiores desafios da história do jornalismo com a chegada da COVID-19, pois a pandemia abriu espaço para disseminação de informações falsas devido a um governo que desacreditava frequentemente dos pesquisadores e não fazia questão de divulgar dados científicos.

Os veículos de comunicação precisaram se reinventar e adaptar suas linhas editoriais, afinal, um dos temas mais urgentes a serem discutidos nos jornais era a situação real de como o país enfrentava esse vírus. Se antes discutir a temática saúde era importante, durante os anos de 2020 e 2021, se tornou quase que impreterível.

Os jornalistas que estavam nas ruas, principalmente os repórteres televisivos, puderam sentir os impactos da crise sanitária de maneiras ainda mais intensas. Era preciso fazer entradas ao vivo em hospitais, noticiar a dura realidade de quem estava em busca de atendimento médico, entrevistar aqueles que perderam seus entes queridos e expor a dura face do que a COVID trouxe ao país. Muitos se sentiram ainda mais ansiosos e sobrecarregados. Em uma matéria publicada pelo Guia do Estudante da editora Abril, que discutia o papel do jornalismo em tempos pandêmicos, a repórter especial do jornal O Globo, Janaína Figueiredo, relatou que um dos grandes desafios foi superar os medos pessoais para mostrar a situação dentro de uma UTI com pacientes de COVID-19. Esse não é um caso isolado, em uma matéria feita pela ABRAJI (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo), Maiá Menezes, também jornalista especial do jornal O Globo, disse: “Com o avançar da pandemia, as consequências econômicas e sanitárias causadas pelo vírus começaram a afetar a estabilidade emocional de jornalistas. No entanto, diante da ‘cobertura da guerra’, a saúde mental passou a ser tratada como algo secundário, não por causa das empresas, mas por causa da velocidade da informação. A prioridade, no jornalismo, é sempre a notícia” (VATIERO; NEIVA, 2021).

Dessa forma, discutir o fazer jornalístico em tempos de crise sanitária, se tornou essencial para a manutenção da comunicação, uma vez que, além das dificuldades profissionais, era preciso conscientizar a sociedade de que muitos jornalistas estavam morrendo enquanto faziam o seu trabalho.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivos gerais

Desenvolver um podcast jornalístico com linguagem acessível e narrativas opinativas com temas diversos, selecionados semanalmente, com o intuito de informar os ouvintes e também gerar debates acerca de temas importantes. Esse objetivo pode ser atingido através de entrevistas com especialistas, pesquisas aprofundadas sobre assuntos que merecem atenção e seleção de temas pertinentes.

1.2.2 Objetivos específicos

- Produzir um canal que traz episódios semanais sobre notícias do Brasil e do mundo, com opiniões de diferentes especialistas;
- Trazer para a discussão temas que envolvem a comunicação, como uma forma de mostrar o trabalho do jornalista e a importância desse profissional para a sociedade;
- Produzir entrevistas que sejam descontraídas, mas educativas e carregadas de informação;
- Discutir temas políticos e sociais, com o intuito de mostrar a realidade de diferentes recortes da sociedade;
- Utilizar todas as ferramentas e práticas jornalísticas de apuração de fatos, busca por dados, pesquisa de pauta e de entrevistado, além de realizar todas as etapas necessárias para realização de um podcast, como roteirização, locução e edição.

1.3 JUSTIFICATIVA

O interesse em realizar o podcast “RETRANCA!”, surgiu no momento em que outros produtos como este começaram a ter mais destaque no mercado, com um notável crescimento de pessoas que estavam se informando através de podcasts como “Café da Manhã” e “Mamilos”, um dos precursores de podcasts jornalísticos no Brasil. Araújo e Amorim (2020) destacam que somente no ano de 2019, foram lançadas nove produções ao mesmo tempo, pelo Grupo Globo, um dos maiores conglomerados de comunicação do país. Ainda acrescentam que o podcast “O Assunto”, apresentado pela jornalista Renata Lo Prete, alcançou a marca de 20 milhões de downloads em maio de 2020 (ARAÚJO; AMORIM, 2020 *apud* MERCADO NO AR, 2020), apenas oito meses após seu lançamento, revelando o potencial e alcance da mídia sonora.

A facilidade em ter acesso aos produtos sonoros e a praticidade com que eles garantem a informação, geraram inúmeros consumidores em todo o Brasil, e isso despertou o interesse em realizar uma produção independente que pudesse discutir esses conteúdos de maneira objetiva e descontraída.

Desenvolver um podcast jornalístico que debata temas relevantes, como as últimas notícias que envolvem política, economia, educação e meio-ambiente, trazendo especialistas e jornalistas que tratam desses temas recorrentemente, é algo que está atraindo públicos diversos em todo o mundo.

Mas além disso, conduzir entrevistas com jornalistas para que possam contar um pouco sobre o fazer jornalístico e as dificuldades encontradas durante a produção jornalística em tempos de descredibilidade da mídia, são novidades no mercado. Apesar de serem destinados especificamente ao público que vive da comunicação ou simpatiza por ela, conhecer mais sobre os bastidores da informação é uma maneira de compreender como o jornalismo funciona e como ele é indispensável nos dias atuais.

A partir do processo de aperfeiçoamento do assunto, com pré-entrevistas e pesquisas minuciosas para discutir pontos importantes em cada um dos temas, é possível ter como resultado um produto com conteúdo informativo e que abarca diferentes recortes sociais, tocando em assuntos complexos e que necessitam ser abordados.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 GÊNERO

Os gêneros escolhidos para desenvolver o “RETRANCA!”, foram os de jornalismo opinativo e informativo, a depender do tema. Quando o assunto da semana se dispõe enquanto notícia jornalística, o gênero a ser performado é o informativo. Quando as discussões envolvem temas como o fazer jornalístico e a realidade dos profissionais das mídias, é opinativo.

A união entre esses dois gêneros no podcast torna possível discussões que não seriam possíveis em veículos tradicionais de mídia, como apontaram Pereira e Monteiro (2020, p. 126): “Diferente do jornalismo em mídias tradicionais, o podcast jornalístico instiga a criticidade dos seus ouvintes. As notícias podem ser comentadas de forma independente pelos jornalistas [...]”.

2.2 FORMATO

De acordo com Falcão e Temer (2019), algumas das características fundamentais do gênero podcast são o baixo custo de produção, o fato de dividir-se em episódios temáticos, a busca por uma linguagem mais simples e maior liberdade de temas e formas de abordagem.

Também acrescentou Camps e Pazos (1996) que as segmentações que caracterizam esse produto informativo são: notas que consistem em narração de fatos utilizando-se de técnicas de redação que permitem maior liberdade no modo de transmitir a informação, e entrevista, que é a reprodução - por meio de perguntas e respostas - de uma reportagem realizada com uma pessoa/fonte, tendo sido essas as diretrizes seguidas na realização do podcast “RETRANCA!”.

2.3 O PODCAST COMO PRODUTO

“A palavra podcast é uma junção de “Pod”, de “*iPod*”, cuja sigla significa “*Personal on Demand*”, ou “pessoal sob demanda” e “cast”, que vem de “*broadcast*”, ou “transmissão”. ” (FALCÃO; TEMER, 2019, p. 2). O podcast surge no contexto em que empresas de rádio buscam integrar o público no ambiente digital (LEMOS, 2003).

De acordo com Maron (2019), “no podcast a mensagem não se fragmenta, não se perde. Onde você pode acompanhar tudo, do início ao fim, porque você está controlando a sua experiência." Isso tornou possível uma relação de proximidade entre ouvinte e meio de comunicação, que antes era vista em menor escala.

O fato de poder ser facilmente produzido e não necessitar de um investimento financeiro exorbitante, fez com que crescesse o número de produções independentes e comunicadores que antes não tinham espaço em outros meios, aumentando a divulgação do próprio meio de comunicação.

Para Araújo e Amorim (2020), o gênero vive, atualmente, a segunda fase no Brasil: a da profissionalização, com produções consolidadas e números expressivos de audiência. Foi este cenário que despertou, nos veículos tradicionais de comunicação, o interesse pela mídia sonora.

O formato podcast também é atrativo pelos comunicadores por ser amplo e abranger diferentes públicos, Berry (2020) propôs uma classificação experimental sobre os formatos de podcast, que sugeriu olhar para três principais tipologias para iniciar um mapeamento: conversas, narrativas e ficções. Dessa forma, é possível atrair interesses de nichos diversos, pois o produto abre espaço para ouvir e estar em sintonia com as pessoas. O sucesso desse formato de mídia no Brasil pode ser explicado por Ferraz (2019, p. 290), com o conceito de ouvinte expandido:

> [...]. Para interagir com esse novo rádio como instituição social, temos o participante da comunicação que era o ouvinte, mas que agora opina, informa, faz perguntas, estabelece pautas, transforma-se em fonte da informação, põe no ar sua voz − ainda que controlada pelo emissor em seu antigo papel − e transforma sua atitude social a partir da interação com redes de ouvintes, constituindo uma comunidade despida de territorialidade pela característica digital da comunicação.

Isso tornou possível a rápida ascensão desse meio de comunicação, principalmente durante o isolamento social devido a pandemia de COVID-19 em 2020 e 2021, onde a maioria dos indivíduos que consumiam esse produto, passaram a ser ainda mais assíduos, e aqueles que não o consumiam, assim o fizeram, de acordo com pesquisa do IBOPE citada anteriormente.

2.4 O PODCAST JORNALÍSTICO

Para entender o fenômeno dos podcasts jornalísticos, é necessário compreender o que é o jornalismo. Na esfera pública de Habermas (2003), o jornalismo é uma atividade que busca o melhor argumento através da mediação entre partes. O filósofo alemão, ao definir o conceito, conclui que a esfera pública é uma rede comunicativa, onde há o bem-comum e o esclarecimento dos cidadãos, a partir da interação entre indivíduos e meios de comunicação. Ao jornalismo, cabe não apenas circular discursos, mas também explorá-los.

Dessa forma, o jornalismo tem como uma de suas funções, compreender o que é discutido dentro das esferas sociais, não apenas como observador, e sim, com o intuito de fazer parte das construções antropológicas que permeiam a contemporaneidade. Pode-se classificar o podcast “RETRANCA!” como um meio de comunicação independente, pois tem liberdade criativa para abordar diferentes assuntos, com criticidade e sem pender para segmentos editoriais, como pode acontecer em mídias tradicionais.

O “RETRANCA!” foi construído pensando em trazer informações relevantes, dentro e fora do universo do jornalismo, por isso, eventualmente acrescentou às discussões informativas, depoimentos pessoais de profissionais da mídia, para que pudessem levar suas vivências pessoais ao produto final.

Outro ponto a ser discutido é a fluidez com que os podcasts jornalísticos trouxeram as informações e notícias. A principal vantagem do rádio, conforme Temer e Falcão (2019) ao citarem Meditsch (2001), é o fato de que ele não exige atenção total e possibilita que o ouvinte realize outras tarefas enquanto ouve notícias. Isto posto, o podcast aumentou ainda mais esse benefício, pois permitiu que o ouvinte escolha o que deseja ouvir, da maneira que quiser, otimizando o tempo à sua necessidade do momento (TEMER; FALCÃO, 2019). Para Kischinhevsky (2020), o podcast jornalístico ganha renovado interesse no cenário brasileiro, em 2019, depois que grandes grupos de comunicação como Globo e Folha passaram a investir fortemente nesses gêneros.

De acordo com uma pesquisa realizada pelo IBOPE Media e divulgada em maio de 2021, 27% dos consumidores de podcasts no Brasil buscam o formato para ouvir programas jornalísticos e de notícias, fazendo com que esse seja o 4º tema mais procurado nas principais plataformas.

O jornalismo é uma área da comunicação social que necessita se reinventar em seus diversos segmentos para acompanhar mudanças socioeconômicas. Como acrescentou Noblat (2012), o jornalismo, por exemplo, esteve sempre acompanhando as transformações advindas pelo surgimento de novas tecnologias e pelas novas formas como a sociedade se organizava e se comunicava.

Dito isso, aqueles que adaptaram o jornalismo radiofônico para o sistema de podcast, o fizeram também em busca da modernização da transmissão de informação entre profissionais da mídia e consumidores finais deste produto.

3 METODOLOGIA DE EXECUÇÃO

3.1 PESQUISAS E LEVANTAMENTO DE DADOS

Para dar início a produção do “RETRANCA!”, foi necessário realizar algumas pesquisas teóricas e levantar dados sobre o formato “podcast”. Dessa forma, foi possível concluir que houve um aumento de 32% no consumo desse tipo de mídia em 2021, em comparação com o ano anterior, de acordo com uma pesquisa realizada pelo IBOPE Media em maio de 2021. Esses consumidores adentravam no universo da mídia sonora principalmente usando a música como porta de entrada, como mostrou a pesquisa realizada pelo IBOPE para Pesquisa Globo Podcast, publicada em outubro de 2020, que indicava que 45% das pessoas que começaram a consumir podcasts, vieram de plataformas musicais primeiramente, e 32% eram internautas no geral. E em 2020, com a chegada do isolamento social em decorrência da pandemia de COVID-19, a procura por novas formas de comunicação aumentou e consequentemente, os podcasts se tornaram uma das mídias mais reproduzidas no Brasil.

Essa pesquisa mostrou que mesmo com a ascensão do produto, pelo menos 6 em cada 10 ouvintes, mantiveram ou aumentaram o consumo de outros meios quando aderiram ao formato. Ou seja, o podcast ampliou o leque de conteúdos sem tomar o lugar de nenhum meio.

Os dados levantados indicaram que a região que mais consome produtos sonoros é a sudeste, com 46% do público ativo. O gênero que mais faz uso desse tipo de mídia é o masculino, com 51% de ouvintes, e é a classe C, a que mais consome os podcasts dentre as classes sociais econômicas, com 51%.

A pesquisa feita pelo IBOPE também revelou que os motivos mais indispensáveis para o consumo dos podcasts são: aprendizado, entretenimento e se manter atualizado. Porém, para cada grupo etário, a relevância de cada um dos objetivos acaba sendo diferente:

> O entretenimento vai perdendo espaço ao longo das faixas etárias. Enquanto entre 16 a 24 anos ele é o principal objetivo, para os adultos acima de 50 é apenas o 4º mais importante. Em contrapartida, se manter informado ganha espaço e sai de 3º maior motivo nas duas primeiras faixas etárias para a primeira posição a partir dos 35 anos. O aprendizado é o que permeia todos os grupos (PODCASTS, 2020).

Todos esses dados foram estudados durante o processo inicial de criação do “RETRANCA!” e foram essenciais para compreender quais deveriam ser os passos mais importantes na pré e pós-produção. Essas pesquisas e dados mostraram a potencialidade do produto sonoro e quais eram os assuntos que deveriam ser abordados dentro do podcast.

Após analisar os números, foi necessário ler artigos e estudos sobre os podcasts que seriam utilizados como referência, como o artigo “As características sonoras do Podcast O Assunto frente à estética radiofônica” de Luis David Falcão Padilha, publicado no 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Nesse artigo, o autor traz as principais características do formato e quais são os elementos mais importantes que representam as produções sonoras. Para Padilha (2020), “o jornalismo caminha lado a lado com o Podcast. Ainda que de forma relativamente lenta no Brasil, surgem a todo momento dentro do ciberespaço produtos em áudio que enriquecem o campo jornalístico”.

3.2 PRÉ-PRODUÇÃO E ENTREVISTA

Após leitura e identificação de dados, teve início o trabalho de pré-produção. O podcast “RETRANCA!” foi construído com base em dois podcasts jornalísticos de circulação nacional, são eles “Café da Manhã” da Folha de S. Paulo e “O Assunto” do G1, com apresentação da jornalista Renata Lo Prete, ambos veiculados em plataformas de streaming. O produto final teve como intuito trazer diferentes temas e assuntos que estavam sendo amplamente discutidos e também abordar questões que envolviam a comunicação de maneira geral, como o profissional da mídia e quais foram as mudanças mais desafiadoras dos últimos anos para a área.

Assim, as pautas foram feitas com base no que o entrevistado poderia agregar de valioso para o podcast, com as entrevistas também seguindo essas orientações.

Tabela 1 - Informações do entrevistado

NOME	Adolfo Lima
RESUMO PROFISSIONAL	Jornalista, repórter da TV TEM, afiliada da TV GLOBO. Formado em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Unilago, de São José do Rio Preto, em 2013, o jornalista riopretense fez estágio em telejornalismo na TV TEM de Rio Preto. Depois de formado, seguiu carreira no telejornalismo dentro da mesma emissora. A partir de 2014 passou por Avaré, como videorrepórter. Depois, passou por Itapetininga como produtor e repórter. Em Ourinhos, assumiu o cargo de chefe da unidade, atuando como produtor e repórter, onde viveu e trabalhou no momento mais crítico da pandemia. Hoje é repórter em Bauru, depois de 9 anos dentro da TV TEM contando histórias pelo interior de São Paulo.

Fonte: Elaborada pela autora.

O episódio analisado em questão, trouxe discussões sobre o fazer jornalístico televisivo durante a pandemia de COVID-19, abordando assuntos como quais foram as maiores mudanças na comunicação visual e as dificuldades emocionais de cobrir um evento com tantas perdas.

3.2.1 Pauta

A pauta do primeiro episódio do “RETRANCA!” foi baseada em dados retirados do site da FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas). De acordo com uma pesquisa realizada em todo o Brasil, a perda de profissionais da área da comunicação em decorrência da COVID-19 foi uma das maiores do mundo, colocando o Brasil na posição de país que mais perdeu jornalistas. Essa pesquisa foi usada como base para definir pontos importantes que seriam abordados na entrevista.

a) Pauta

Assunto: desde o início da pandemia, o fazer jornalístico televisivo sofreu inúmeras alterações e precisou se reinventar para que pudesse se manter vivo. Todos os setores comunicacionais sentiram essas mudanças, principalmente os repórteres *in loco*, que estavam nas ruas.

Proposta: entrevista com um repórter televisivo da TV TEM, afiliada Globo no interior de SP. Adolfo foi questionado sobre os maiores desafios que ele enfrentou durante esse período, sobre como foi acompanhar a situação caótica do sistema público de saúde, quais foram os momentos mais marcantes da cobertura jornalística dos últimos dois anos, etc.

Informações Adicionais:

- Em 699 dias de pandemia, contados de abril de 2020 a fevereiro de 2022, 314 jornalistas brasileiros morreram em decorrência da Covid-19, perfazendo uma média de 1 morte a cada 2,2 dias. Os dados são do “Relatório sobre jornalistas vítimas de Covid-19 no Brasil” produzido pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), por meio de seu Departamento de Saúde e Segurança, atualizado no mês de março de 2022. O elevado número de óbitos entre a categoria colocou o Brasil na posição de país recordista de mortes de profissionais de imprensa por Covid-19, em todo o mundo, seguido pela Índia, Peru e México, segundo dados do portal *Press Emblem Campaign*.
- Deve-se ressaltar, no entanto, que após o início da campanha de vacinação, o número de óbitos caiu expressivamente. Nos dois primeiros meses de 2022 foram registrados 11 casos, contra 42 do mesmo período do ano anterior.
- Em números absolutos, São Paulo lidera os casos de vítimas na categoria, registrando 42 mortes por Covid-19 desde o início da pandemia, o que representa 33,7% do total de casos. O resultado não chega a ser uma surpresa, por se tratar do estado mais populoso do país e com o maior número de jornalistas. O Rio de Janeiro é o segundo com maior número de mortes, tendo registrado 33 casos. Pará e Paraná registraram 24 mortes cada e, Minas Gerais (20 casos) são os estados mais afetados pela pandemia na categoria jornalística. Mato Grosso, com população de 3,5 milhões de pessoas, registrou

um total de 19 mortes na categoria, praticamente o mesmo número de Minas Gerais, que tem uma população de 20,8 milhões de pessoas.

3.3 PRODUÇÃO E PÓS-PRODUÇÃO

Após conhecimento da pesquisa realizada pela FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas) em março de 2022, o tema foi facilmente selecionado, pois era necessário e urgente discutir como o Brasil atingiu a marca de país com mais perdas entre profissionais da comunicação no mundo, e para isso, era imprescindível trazer um repórter que estava nas ruas durante os períodos mais caóticos dessa crise sanitária para que houvesse informações concretas e verídicas.

Depois de definido qual seria o debate principal do episódio, toda a energia foi direcionada para começar a produzir o produto de maneira efetiva, respeitando todas as etapas. Por se tratar de um meio de comunicação mais recente do que outros, como televisão e rádio, foi necessário pesquisar com cuidado e a fundo por artigos que pudessem embasar essa escolha. Nesse processo, foi utilizado o "*Google Scholar*" e alguns trabalhos publicados em congressos de comunicação, como o Intercom.

Também foi necessário pesquisar sobre indivíduos e jornais que estavam produzindo conteúdo semelhante, para adequar a linguagem. O estudo do tema foi uma junção entre aquilo que estava sendo produzido e estava em alta, como o podcast "O Assunto", e aquilo que era adquirido a partir de leituras e pesquisas mais teóricas. O tema também foi considerado usando essa premissa. Juntamente a isso, foi realizado levantamento de dados a partir de pesquisas divulgadas pelo IBOPE, em 2020, onde era possível ter uma ideia do quão impactante seria optar por produzir um produto sonoro com função jornalística.

Após encontrar os fundamentos teóricos e práticos supracitados, foi necessário entrar em contato com a fonte, que seria o entrevistado principal do episódio. Nesse momento, o contato foi feito primeiramente através do celular e posteriormente, de maneira presencial.

Após o aceite do convite por parte do entrevistado, iniciou-se a produção da pauta, que detém informações essenciais para uma produção jornalística, como assunto principal, proposta (aquilo que está se propondo realizar), informações sobre o entrevistado e informações gerais, vindo a confirmar aquilo que estava sendo dito

no assunto da pauta, inicialmente. Logo em seguida, principiou a produção do roteiro, que contou com um texto introdutório de apresentação do assunto e uma linguagem mais dinâmica e emotiva, com a intenção de sensibilizar os ouvintes. O primeiro texto de introdução foi redigido e a parte das entrevistas, com as perguntas finais, foi realizada em seguida.

A gravação com o entrevistado ocorreu de forma presencial e respeitando algumas imposições existentes em decorrência da COVID-19, como uso de máscaras. Após a gravação, os efeitos sonoros e vinhetas foram escolhidos e as edições em *softwares* de edição de áudio tiveram início, tornando possível a publicação do produto final nas plataformas de *streaming.*

3.3.1 Gravação do programa

Após produzida a pauta e as perguntas centrais da entrevista, foi agendada a gravação de maneira presencial, por se tratar de um profissional que tinha disponibilidade de deslocamento. O podcast “RETRANCA!” teve como objetivo conversar com jornalistas da região de Bauru, justamente para que fosse possível realizar as entrevistas ao vivo e não houvesse necessidade de efetuar a gravação de maneira remota.

Para isso, foi usado um gravador Tascam DR-05X, um dos mais modernos gravadores de áudio do mercado. Além do gravador, também foi utilizado um computador que estava captando os sons através de um microfone comum, encontrado em fones de ouvido de celulares, para que houvesse uma gravação reserva, caso algo falhasse. Infelizmente, isso ocorreu de fato. No meio da entrevista, após gravar 15 minutos de áudio, o gravador Tascam indicou bateria fraca e desligou, tornando impossível o seu uso no decorrer da entrevista.

O computador estava captando o áudio e por sorte, todo o material havia sido gerado normalmente. A entrevista tinha sido muito proveitosa e o entrevistado havia dito muitas informações interessantes a respeito do tema, e por este motivo, optou-se por manter as sonoras feitas pelo microfone comum, mesmo com menor qualidade do que o gravador.

Essa ideia foi mantida, também, pois um dos gêneros a serem performados pelo produto é o jornalismo opinativo, que preza pela espontaneidade nas respostas, sem desejar o engessamento daquilo que o entrevistado vai expor. Dito isso, a

qualidade do áudio foi checada e notou-se que não havia sido prejudicada, por isso, a decisão de não refazer toda a entrevista foi mantida, uma vez que refazê-la poderia tornar as respostas menos autênticas.

Durante a entrevista, o roteiro foi seguido de acordo com o que foi redigido, porém, como se tratava também de um bate-papo, eventualmente surgiram perguntas que não estavam previstas e foram acrescentadas posteriormente ao roteiro final, tornando mais dinâmico o processo de produção, pois contou com perguntas diretamente relacionadas ao que o entrevistado havia respondido e também com comentários feitos pelo entrevistador, que tecia algum tipo de resposta para o convidado. Não foi possível incluir todo o conteúdo produzido no dia das gravações, pois toda a entrevista durou cerca de uma hora.

A gravação foi realizada em uma sala dentro de um estúdio da TV TEM, emissora de televisão afiliada Globo, que é o local de trabalho do convidado. O local era acusticamente isolado e a gravação não sofreu nenhuma interferência externa, o que colaborou para a qualidade de som, mesmo com o problema técnico do gravador.

Posteriormente, quando a entrevista já havia sido realizada, foi iniciada a gravação do texto de introdução, que foi baseado nos textos introdutórios dos podcasts jornalísticos como “Café da Manhã” e “O Assunto”, utilizados como base para a produção final. A gravação foi feita utilizando o mesmo microfone da entrevista e foi salva para ser editada depois, junto a entrevista, para se tornar uma única faixa estéreo.

3.3.2 Edição

Após todo o processo de gravação, iniciou-se a edição e sonoplastia. Por se tratar de um produto baseado em outros podcasts jornalísticos já citados anteriormente, o grande foco era o conteúdo propriamente dito, e não tanto efeitos externos de áudio e sonoplastia, pois os dois produtos que fundamentaram esse projeto, discutem temas de forma mais dinâmica e desenvolta.

Seguindo esse caminho, o primeiro passo foi encontrar uma trilha sonora emocionante, que pudesse ser a música de *background* para o texto inicial, que iria introduzir o assunto e tinha como objetivo chocar e prender a atenção do ouvinte. O site utilizado foi o *“MixKit”*, e a trilha selecionada foi a *“Driving Ambition” by Ahjay Stelino.*

Após baixar a trilha e definir que ela seria a vinheta de abertura e finalização, por se tratar de uma sonora com aspecto jornalístico, o áudio da entrevista foi convertido, para que pudesse ser compatível com o *software* de edição que seria utilizado, o Audacity 2020. O site para converter a entrevista foi *"Online-audio-converter.com"*. Após alguns minutos de conversão, o áudio foi transformado de M4A para MP3, e poderia ser editado normalmente.

O Audacity foi o *software* de edição de áudio utilizado para editar todo o produto final. A edição teve início com a trilha sonora, que se iniciava com um volume alto e posteriormente diminuía, para que a narração pudesse ser ouvida, se tornando apenas uma sonora de fundo, enquanto um texto era lido. A entrevista precisou ter partes cortadas para que pudesse se adequar ao tempo estimado do episódio, e por isso, nesse momento foi necessário ajustar quais partes seriam retiradas do produto final.

O principal objetivo da edição foi manter as informações claras e concisas, para que todos aqueles que estivessem ouvindo o podcast pudessem compreender o que estava sendo dito e discutido. Durante o processo de edição, o principal era manter as respostas com maior número de informações.

A qualidade do áudio também foi ajustada no Audacity, tendo sido utilizado recursos para diminuir ruídos e equalizar frequências de faixa.

Após a edição da entrevista ter sido concluída, todo o material foi compactado e salvo em uma faixa estéreo única, ajustando seu formato para MP3 e permitindo sua divulgação em plataformas de *streaming*.

4 PODCAST “RETRANCA!”

4.1 DESCRIÇÃO DO PROGRAMA

O produto “RETRANCA!” é um podcast jornalístico que tem como objetivo informar e discutir sobre temas que estão sendo articulados frequentemente, como discussões envolvendo pautas sociais, educativas, econômicas e políticas, aprofundando esses assuntos através de entrevistas com profissionais da área da comunicação ligados aos conteúdos que serão apresentados.

O programa também aborda temas que envolvem a comunicação de maneira geral, trazendo para o conhecimento público dos ouvintes a realidade de quem trabalha com imprensa no Brasil, o que é o jornalismo, quais são os desafios que a comunicação encontrou durante esses anos complexos de pandemia, crise política e humanitária, como não cair em *fake news*, etc.

A preferência por profissionais da comunicação é justamente por se tratar de um podcast envolvido com essa temática, e também por ter sido inspirado em podcasts que trazem (em sua maioria) jornalistas para dialogar sobre assuntos pertinentes, permitindo que especialistas possam discutir sobre diferentes tópicos e compartilhar informações. Além disso, também são abordados pontos envolvendo a vida pessoal desses profissionais e como, muitas vezes, o trabalho exaustivo dos jornalistas não é devidamente compreendido entre os leigos que apenas consomem os produtos finais.

No que diz respeito às questões técnicas, o programa possui efeitos sonoros simples, como vinheta de abertura e finalização, além das entrevistas.

O nome para a identificação do produto é “RETRANCA!”. Essa palavra, de acordo com o Manual Da Comunicação da SECOM no site do Senado Federal, tem dois significados:

> 1º) Matéria subordinada a outra matéria ou à manchete da página.
> 2º) É o nome que se dá à reportagem para identificá-la internamente. Geralmente é criado usando de duas a três palavras do VT com uma barra separando as palavras-chave. Uma retranca nunca deve ser alterada desde a pauta até o arquivamento da matéria, sob o risco de nunca mais ser localizada .

Portanto, “RETRANCA” é o assunto principal, o tema que será explorado em uma produção jornalística e inspirou o nome do podcast pois o produto também aborda os temas mais fundamentais, indo direto ao ponto principal das discussões.

A escolha por manter sua escrita em letra maiúscula e com ponto de exclamação é, além de estética, uma maneira de chamar mais a atenção do público-alvo, tanto em sua logomarca quanto em textos que citam o podcast.

4.2 ESTRUTURAÇÃO DO PROGRAMA

O programa tem como objetivo trazer episódios com 20 minutos de duração, em média. O episódio tem início com uma introdução em formato de texto informativo, que apresenta um pouco do que será o tema, na voz da apresentadora. Esse texto introdutório também tem como função atrair a atenção dos ouvintes, pois é um texto denso, que tem como objetivo impactar e comover.

Após esse primeiro texto com teor mais “emotivo”, a segunda parte é, de fato, um texto expositivo onde o assunto do dia é detalhado e o convidado é apresentado, com nome, profissão, especialidade, etc. Toda essa primeira parte é realizada com uma trilha sonora em segundo plano, que aumenta quando o segundo texto acaba, e dá espaço para a vinheta de abertura.

Logo após a saída da vinheta de abertura, dá-se início a entrevista em formato pingue-pong, onde perguntas são feitas diretamente para o entrevistado, para que ele possa informar quais são os pontos que ele acredita serem mais necessários de destacar nos temas. Após a resposta, o entrevistador faz alguns comentários, que podem ser ou não colocados na edição final, devido ao tempo do episódio.

O episódio só tem um bloco, tendo como base o podcast “O Assunto”, do G1. Todo o conteúdo é apresentado no tempo em que a entrevista acontece, não havendo divisões de tópicos. No primeiro episódio, o assunto principal foi o fazer jornalístico televisivo durante a pandemia, e dessa forma, tudo que o entrevistado poderia acrescentar foi dito nos quase 18 minutos de entrevista, com o direcionamento dado a partir das perguntas da entrevistadora.

Também foram acrescentados trechos de reportagens e dados que reiteraram os argumentos dos textos iniciais, como os dados da FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas), falando sobre o número de jornalistas que faleceram em decorrência da COVID-19.

4.3 PÚLICO-ALVO

O público-alvo do “RETRANCA!” são pessoas engajadas com temáticas sociais e atualidades, principalmente jovens entre 20 e 30 anos, que buscam saber mais sobre assuntos envolvendo gênero, recortes étnicos e política. Além desse público-alvo mais generalista, há também os estudantes de jornalismo ou interessados pelo fazer comunicacional com interesse em saber mais sobre os bastidores da notícia, que podem se interessar pelos episódios em que o podcast aborda temas relacionados ao fazer jornalístico, como o primeiro episódio em questão.

4.4 CONTEÚDO SONORO

O conteúdo sonoro do produto é formado pela voz da apresentadora, voz do entrevistado, trilha sonora que é utilizada como *background* no texto de introdução e vinheta de abertura e finalização, que foram baixadas de um site que disponibiliza trilhas sonoras gratuitas para podcasts.

4.5 LOGOMARCA

A logomarca do “RETRANCA!” foi criada com a intenção de tornar visual o conteúdo que é oferecido dentro do produto sonoro. As letras são recortes de revistas e jornais e formam o nome do podcast, remetendo a ideia de se tratar de um podcast jornalístico (como a própria palavra “RETRANCA” já indica). O letreiro escrito “Podcast” em neon colorido, foi escolhido com a intenção de chamar a atenção para a logomarca, mas também quebrar a ideia de sisudez dos podcasts jornalísticos tradicionais, com um ar mais despojado e moderno.

Figura 1 - Logomarca do podcast "Retranca!"

Fonte: Elaborada pela autora.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O “RETRANCA!” foi idealizado com o objetivo de fazer com que pessoas das mais diferentes áreas e recortes da sociedade, pudessem encontrar informações acessíveis e interessantes sobre assuntos diversos. O principal ponto do primeiro episódio foi destacar a relevância do jornalismo para a manutenção da cidadania, e trouxe um jornalista televisivo para emitir suas opiniões acerca do que era estar na frente das câmeras durante a cobertura dos anos de pandemia, tornando possível conhecer a realidade de quem continuou o seu ofício sem poder seguir o isolamento social.

Realizar um podcast foi um desafio, pois, sem o auxílio das imagens, tudo aquilo que era dito necessitava ser mais detalhado, a informação precisava ser passada de maneira ainda mais límpida e objetiva, para que não houvesse uma interferência externa na mensagem.

Todo o processo de produção, desde a compreensão da linguagem que seria utilizada até o momento da edição final, foi indispensável para que eu pudesse enxergar o produto podcast de maneira profissional, e conseguisse perceber quais eram os pontos que eu poderia aperfeiçoar no meu saber e quais eu já possuía certa facilidade.

Esse primeiro episódio, com temática envolvendo o jornalismo televisivo durante a pandemia, foi muito interessante de ser pesquisado e desenvolvido, uma vez que eu (durante o início do ano de 2020) só conseguia pensar: “como será que os jornalistas estão trabalhando nesse momento em que todos precisam ficar em casa?”. Dessa forma, consegui unir a minha curiosidade com o produto que desde o início da universidade consumia e tinha desejo de produzir: o podcast.

Ter acesso às informações para dar início a produção, como textos e dados para embasar minhas escolhas metodológicas, foi o primeiro passo para desenvolver o “RETRANCA!” e foi fundamental para conhecer mais sobre o formato que eu havia escolhido. Os textos utilizados para constituir a fundamentação teórica me abriram muitos caminhos, pois me fizeram pensar além daquilo que estava desenvolvendo, tendo conhecido autores e estudiosos da área que me inspiraram de muitas maneiras.

Todo o trabalho de pós-produção foi muito proveitoso pois consegui aprender a utilizar ferramentas que havia pouco conhecimento até então, fazendo com que eu

me sinta, atualmente, preparada para lidar com outros trabalhos de edição e utilização de mais *softwares* de edição.

Não apenas na área de edição, mas esse produto me fez ter ainda mais interesse em adentrar na área do jornalismo sonoro e continuar pesquisando sobre esse segmento da comunicação, que cresce a cada dia no Brasil e conquista mais e mais pessoas.

Todas as etapas da produção jornalística foram respeitadas: pesquisas bibliográficas, junção de informações a respeito do tema e da fonte, idealização da pauta, apuração dos fatos e a construção do produto final. Tudo isso foi feito com muito esforço e dedicação.

O único momento de dificuldade foi a questão do gravador de voz durante o período de entrevistas, tendo sido o maior problema técnico do trabalho, pois a pessoa que me emprestou me assegurou que o gravador estava com a pilha nova, entretanto, no meio da gravação, o aparelho indicou baixa bateria e o gravador desligou. Esse momento gerou frustração e medo, pois a entrevista havia rendido grandemente e o entrevistado havia dito muitas coisas interessantes. Após a edição me tranquilizei, pois apesar do susto, o trabalho ainda estava com ótima qualidade e repleto de informações.

Realizar o “RETRANCA!” foi um processo de autoconhecimento, de refletir sobre o que eu gostaria de continuar fazendo daqui para frente enquanto futura jornalista. Foi um processo de encontrar quais eram as falhas no meu conhecimento e não me conformar em ficar dessa forma, e assim, aprender sobre muitos conceitos novos que continuarão a me acompanhar daqui para frente.

Produzir esse trabalho me aproximou do que eu vinha buscando desde que a pandemia começou e as aulas foram suspensas: me reconectar com a universidade que eu sempre vi como cúmplice na minha construção enquanto indivíduo.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

2020 MID-YEAR Podcast Industry Report. **VOXNEST**, 2020. Disponível em: https://blog.voxnest.com/2020-mid-year-podcast-industry-report/. Acesso em: 02 maio 2022.

ARAÚJO, Maria Jovelina da Cruz Guimarães; AMORIM, Andrea de Lima Trigueiro de. Como o isolamento social causado pela pandemia de Covid 19 impactou o consumo de podcasts no Brasil: uma análise de matérias jornalísticas nacionais. *In:* Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43., 2020, Bahia. **Anais** [...]. Salvador: UFBA, 2020, p. 1-13. Tema: Um mundo e muitas vozes: da utopia à distopia?. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-1419-1.pdf. Acesso em: 25 abr. 2022

BERRY, Richard. There are just 3 types of podcast. **Richard Berry**: radio & podcast academic, Sunderland, 29 julho 2020. Disponível em: https://richardberry.eu/there-are-just-3-types-of-podcast/. Acesso 30 de abril 2022.

CAMPS, Siblia; PAZOS, Luis. **Así se hace periodismo manual práctico del periodista gráfico**. Buenos Aires: Paidós, 1996.

DADOS sobre consumo de áudio em 2021 (rádio e podcast). **Negócios SC**, Florianopólis, 18 outubro 2021. Disponível em: https://negociossc.com.br/blog/dados-sobre-o-consumo-de-audio-em-2021-radio-e-podcast/#:~:text=Em%202021%2C%2031%25%20dos%20entrevistados,para%2028%20milh%C3%B5es%20em%202020. Acesso em: 03 maio 2022.

EM DOIS anos, 314 jornalistas mortos pela covid-19. **FENAJ**, Brasília, 24 março 2022. Disponível em: https://fenaj.org.br/em-dois-anos-314-jornalistas-mortos-pela-covid-19/. Acesso em: 30 abr. 2022.

FALCÃO, Bárbara Mendes; TEMER, Ana Carolina Rocha Pessoa. O podcast como gênero jornalístico. *In:* Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 42., 2019, Pará. **Anais** [...]. Belém: UFPA, 2019, p. 1-14. Tema: Fluxos comunicacionais e crise da democracia. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf. Acesso em: 27 abr. 2022.

FERRAZ, Nivaldo. Um conceito de ouvinte expandido. **Rumores**, v. 13, n. 26, p. 274-293, jul. /dez. 2019. Disponível em: https://www.revistas.usp.br/Rumores/article/view/150898. Acesso em: 30 abr. 2022

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Uma proposta de incorporação dos estudos sobre inovação nas pesquisas em jornalismo. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 7, n. 1, p. 8-18, jan. /jun. 2010. Disponível em: https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n1p8. Acesso em: 20 abr. 2022.

HABERMAS, Jurgen. **Mudança estrutural da esfera pública:** investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. 2ªed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

ITEM do glossário: retranca. **Senado federal**, Brasília. Disponível em: https://www12.senado.leg.br/manualdecomunicacao/glossario/retranca. Acesso em: 05 maio 2022.

KISCHINHEVSKY, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina; BENZECRY, Lena. Podcasting tensiona categorizações e ganha, enfim, destaque como objeto de estudos. **Radiofonias**, v. 11, n. 01, p. 6-12, jan. /abr. 2020.

LEMOS, A. Cibercultura: Alguns Pontos para compreender a nossa época. *In:* LEMOS, A.; CUNHA, P. (org.). **Olhares sobre a Cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003, p. 11-23

MALULY, Luciano Victor Barros. O jornalismo em tempos de pandemia. **Jornal da USP**, São Paulo, 27 maio 2020. Disponível em: https://jornal.usp.br/artigos/o-jornalismo-em-tempos-de-pandemia/ Acesso em: 03 maio 2022.

MARON, Alexandre. A Gripezinha dos Podcasts. **Insper**, São Paulo, 27 maio 2020. Disponível em: https://www.insper.edu.br/noticias/a-gripezinha-dos-podcasts/. Acesso em 30 abr. 2022.

MEDITSCH, Eduardo; BETTI, Juliana Gobbi. Os elementos sonoros na análise da informação radiofônica: em busca de métodos. *In:* Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 17., 2019, Goiás. **Anais** [...]. Goiânia: UFG, 2019, p. 1-15. Tema: Pesquisa em jornalismo e ética profissional. Disponível em: https://sbpjor.org.br/congresso/index.php/sbpjor/sbpjor2019/paper/viewFile/2030/1173. Acesso em: 30 abr. 2022.

NOBLAT, Ricardo. **A Arte de Fazer um Jornal Diário.** São Paulo: Editora Contexto, 2012.

PADILHA, Luis David Falcão. As características sonoras do Podcast O Assunto frente à estética radiofônica. *In:* Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 43., 2020, Bahia. **Anais** [...]. Salvador: UFBA, 2020, p. 1-15. Tema: Um mundo e muitas vozes: da utopia à distopia?. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-2481-1.pdf. Acesso em: 30 abr. 2022.

PAINEL coronavírus. **Coronavírus Brasil**, 2022. Disponível em: https://covid.saude.gov.br/. Acesso em: 03 maio 2022.

PEREIRA, Alexandre André Santos; MONTEIRO, Jean Carlos da Silva. A convergência do rádio: o podcast como proposta para o jornalismo em aplicativos de streaming. **Revista Comunicação, Cultura e Sociedade**, v. 7, n. 1, p. 117-129, 2020. Disponível em: https://periodicos.unemat.br/index.php/ccs/article/view/4562/3905. Acesso em: 25 abr. 2022.

PODCASTS e a crescente presença entre os brasileiros. **Gente**, Rio de Janeiro, 17 jul. 2021. Disponível em: https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/. Acesso em: 03 maio 2022.

QUAL o papel do jornalismo na pandemia?. **Guia do estudante**, São Paulo, 7 abr. 2021. Disponível em: https://guiadoestudante.abril.com.br/orientacao-profissional/qual-o-papel-do-jornalismo-na-pandemia/. Acesso em: 03 maio 2022.

SÃO PAULO. **Decreto n° 64.881, de 22 de março de 2020**. Decreta quarentena no Estado de São Paulo, no contexto da pandemia do Covid-19 (Novo Coronavírus), e dá providências complementares. São Paulo: Assembleia legislativa do estado de São Paulo, [2020]. Disponível em: https://www.al.sp.gov.br/repositorio/legislacao/decreto/2020/decreto-64881-22.03.2020.html#:~:text=Artigo%201%C2%BA%20%2D%20Fica%20decretada%20medida,7%20de%20abril%20de%202020. Acesso em: 24 abr. 2022.

VALENTE, Jonas. Covid-19: veja como cada estado determina o distanciamento social. **Agência Brasil**, 01 abr. 2020. Disponível em: https://agenciabrasil.ebc.com.br/saude/noticia/2020-04/covid-19-veja-como-cada-estado-determina-o-distanciamento-social. Acesso em: 03 maio 2022.

VATIERO, Caê; NEIVA, Paula Beatriz; LIMA, Bruna. Um ano depois da pandemia, jornalistas relatam desafios e danos à saúde mental. **Abraji**, 11 mar. 2021. Disponível em: https://www.abraji.org.br/noticias/um-ano-depois-da-pandemia-jornalistas-relatam-desafios-e-danos-a-saude-mental. Acesso em: 03 maio 2022.

APÊNDICE A – ROTEIRO DO EPISÓDIO

APRESENTADOR	OFF	- 30 DE JANEIRO DE 2020: OMS DECLARA QUE O NOVO CORONAVÍRUS CONSTITUI UMA EMERGÊNCIA DE SAÚDE PÚBLICA DE IMPORTÂNCIA INTERNACIONAL. - 26 DE FEVEREIRO DE 2020: MINISTÉRIO DA SAÚDE CONFIRMA O PRIMEIRO CASO DO NOVO CORONAVÍRUS EM SÃO PAULO. - 11 DE MARÇO DE 2020: COVID-19 É CARACTERIZADA PELA OMS COMO UMA PANDEMIA. - 12 DE MARÇO DE 2020: O GOVERNO DE SÃO PAULO INFORMA A PRIMEIRA MORTE POR COVID-19 NO PAÍS. - 08 DE AGOSTO DE 2020: BRASIL ATINGE 100 MIL MORTES POR COVID, 5 MESES DEPOIS DA PRIMEIRA MORTE REGISTRADA.
	OFF	- 7 DE JANEIRO DE 2021: BRASIL CHEGA A 200 MIL MORTES PELA COVID-19 E SE TORNA O SEGUNDO PAÍS DO MUNDO COM MAIOR NÚMERO DE ÓBITOS, ATRÁS SOMENTE DOS ESTADOS UNIDOS. -14 DE JANEIRO DE 2021: ESTOQUE DE OXIGÊNIO EM MANAUS SE ESGOTA E SISTEMA DE SAÚDE COLAPSA, COM DEZENAS DE MORTES POR ASFIXIA DE PACIENTES COM COVID-19. -17 DE JANEIRO DE 2021: AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (ANVISA) APROVA O USO EMERGENCIAL DA CORONAVAC, POSSIBILITANDO O INÍCIO DA VACINAÇÃO CONTRA A COVID-19 NO BRASIL. -29 DE ABRIL DE 2021: BRASIL ATINGE 400 MIL MORTES POR COVID-19.

		-31 DE MAIO DE 2021: ESPERANÇA! CASOS DE COVID-19 DESPENCAM EM SERRANA APÓS VACINAÇÃO EM MASSA DA POPULAÇÃO. -6 DE AGOSTO DE 2021: 50% DA POPULAÇÃO BRASILEIRA TOMOU AO MENOS UMA DOSE DA VACINA CONTRA COVID-19. -28 DE DEZEMBRO DE 2021: BRASIL TEM 80% DE SUA POPULAÇÃO VACINADA COM AS DUAS DOSES DA VACINA CONTRA COVID-19. -PRIMEIRO DE JUNHO DE 2022: MAIO TEM O MENOR NÚMERO DE MORTOS POR COVID DESDE O INÍCIO DA PANDEMIA. FORAM 3.179 VÍTIMAS FATAIS, EM COMPARAÇÃO COM ABRIL DO ANO PASSADO, ONDE 81.266 PESSOAS MORRERAM EM DECORRÊNCIA DA DOENÇA. RELEMBRAR UM POUCO DE COMO FORAM ESSES DOIS ANOS PANDÊMICOS É BEM DIFÍCIL. REVISITAR ESSES MOMENTOS TÃO DOLOROSOS NÃO É UMA TAREFA FÁCIL, MAS É NECESSÁRIA. PRINCIPALMENTE POR QUE, SE NÃO FOSSEM OS JORNALISTAS TRABALHANDO ARDUAMENTE DESDE O INÍCIO, ESSAS INFORMAÇÕES NÃO TERIAM CHEGADO ATÉ GRANDE PARTE DA POPULAÇÃO E NINGUÉM FARIA IDEIA DO QUE ESTAVA ACONTECENDO NO BRASIL E NO MUNDO. DURANTE A PANDEMIA, O PAPEL DA COMUNICAÇÃO FOI FUNDAMENTAL. NÃO SÓ PARA NOTICIAR A REALIDADE, MAS PARA CONSCIENTIZAR COLETIVAMENTE AS PESSOAS. EM UM MOMENTO TÃO PARTICULAR E DELICADO, A IMPRENSA TEVE QUE SE REINVENTAR E BUSCAR FORMAS DE CONTINUAR EM PLENA ATIVIDADE, PORÉM, A UM PREÇO MUITO ALTO: FOMOS

		O PAÍS QUE MAIS PERDEU PROFISSIONAIS DE IMPRENSA POR COVID-19, DE ACORDO COM LEVANTAMENTO REALIZADO PELA FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS (FENAJ). E COMO SERÁ QUE FOI O DIA A DIA DAQUELES QUE ESTAVAM NAS RUAS, ACOMPANHANDO DE PERTO A DURA CORRIDA CONTRA O TEMPO E CONTRA ESSE VÍRUS LETAL? QUAIS FORAM OS MOMENTOS MAIS DIFÍCEIS? QUAIS SÃO AS ADAPTAÇÕES QUE A PANDEMIA TROUXE PARA O JORNALISMO QUE VIERAM PARA FICAR? O PAPO RETRANCA DE HOJE É COM O ADOLFO LIMA, JORNALISTA E REPÓRTER TELEVISIVO, QUE FEZ A COBERTURA DE VÁRIAS CIDADES DURANTE A CRISE SANITÁRIA DO CORONAVÍRUS. ENTÃO RELAXA E REFLITA, POIS O SEU PODCAST DE NOTÍCIAS E DEBATES COMEÇA AGORA! **VINHETA ABERTURA ** SOBE SOM **** 1- ADOLFO, PARA VOCÊ, QUAL FOI O MAIOR DESAFIO DO FAZER JORNALÍSTICO DURANTE A PANDEMIA? (RESPOSTA) 2- VOCÊ TEVE MEDO DURANTE ESSE PERÍODO EM QUE A VACINAÇÃO AINDA NÃO TINHA COMEÇADO E VOCÊ
PERGUNTA 1 **CONVIDADO RESPONDE** **PERGUNTA 2**		

		PRECISAVA IR ATÉ HOSPITAIS, POR EXEMPLO? ACHA QUE OS JORNALISTAS DEVERIAM TER SIDO GRUPO PRIORITÁRIO DE VACINAÇÃO?
CONVIDADO RESPONDE		(RESPOSTA)
PERGUNTA 3		3- A GESTÃO DAS PREFEITURAS E SECRETARIAS DE SAÚDE FORAM ORGANIZADAS, NA SUA OPINIÃO? DEPENDER DO TRABALHO DE OUTROS PROFISSIONAIS ATRAPALHOU NA HORA DE TRANSMITIR AS NOTÍCIAS?
CONVIDADO RESPONDE		(RESPOSTA)
PERGUNTA 4		4- VOCÊ SE SENTIU EMOCIONALMENTE AFETADO DURANTE ESSA DIFÍCIL COBERTURA JORNALÍSTICA?
CONVIDADO RESPONDE		(RESPOSTA)
PERGUNTA 5		5- QUAIS SÃO AS MUDANÇAS QUE OCORRERAM NESSE PERÍODO QUE VOCÊ ACREDITA QUE VÃO CONTINUAR A SER INCORPORADAS NO FAZER JORNALÍSTICO? EXEMPLO, ENTREVISTA A DISTÂNCIA, ETC.
CONVIDADO RESPONDE		(RESPOSTA)
PERGUNTA 6		6- QUAL FOI O MOMENTO MAIS MARCANTE DA COBERTURA DA PANDEMIA, PARA VOCÊ?

<u>CONVIDADO RESPONDE</u> APRESENTADOR		(RESPOSTA) ADOLFO, MUITO OBRIGADA PELA SUA PARTICIPAÇÃO! FOI UM PRAZER TE RECEBER AQUI!! (ADOLFO RESPONDE) **VINHETA FINAL ** SOBE SOM ***