

Audiodocumentário no cenário *podcasting*: por um rádio independente e de caráter social

Documental sonoro en el escenario de podcasting: por una radio independiente y de carácter social

Audio documentary in the podcasting scenario: for an independent radio and of a social character

João Djane Assunção da Silva
Diogo Lopes de Oliveira

Resumo

O objetivo desta investigação é discutir, por meio de uma estruturação conceitual de cunho bibliográfico, como o audiodocumentário – formato radiofônico que entrecruza técnicas do jornalismo e da arte sonora – apresenta-se frente a um público receptivo às produções em *podcasting* e da escuta via streaming. Entendemos o formato a partir da concepção de um rádio independente e de caráter social. Primeiro, por meio do seu processo de produção (enquanto ação planejada – individual ou coletiva – para a articulação de movimentos comunitários de conscientização social). Posteriormente, por intermédio do produto consolidado e publicado via *podcasting* (enquanto instrumento para disseminação de conteúdo informativo, livre e contra-hegemônico em favor da liberdade de expressão).

Palavras-chave: *Podcasting*. Audiodocumentário. Jornalismo. Arte Sonora.

>> Informações adicionais:

Artigo submetido em: 20 de março de 2020 | aceito em: 18 de maio de 2020

Como citar este texto:

SILVA, J. D. A.; OLIVEIRA, D. L. Audiodocumentário no cenário *podcasting*: por um rádio independente e de caráter social. *Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora*, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 182-199, jul./dez. 2020.

Sobre os autores

João Djane Assunção da Silva

joaodjane@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-0777-1409>

Mestre em Educação pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal de Campina Grande. Jornalista vencedor do Prêmio Microfone de Prata e da Menção Honrosa Dorothy Stang como melhor programa jornalístico radiofônico da edição do ano de 2018 dos Prêmios de Comunicação da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

Diogo Lopes de Oliveira

diogolop@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-8486-9824>

Doutor em Comunicação Pública e mestre em Comunicação Científica, Médica e Meio Ambiental pela Universitat Pompeu Fabra (Barcelona, Espanha). Bacharel em Comunicação Social pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG) e professor visitante no Departamento de Comunicação da Cornell University (Ithaca, EUA).

Resumen

El objetivo de esta investigación es discutir, a través de una estructuración conceptual de naturaleza bibliográfica, cómo el documental sonoro – formato de radio que entrelaza las técnicas de periodismo y del arte sonoro – se presenta ante un público receptivo a las producciones de podcasting y a la escucha por medio de *streaming*. Entendemos el formato desde la concepción de una radio independiente y de carácter social. Primero, a través de su proceso de producción (como una acción planificada – individual o colectiva – para la articulación de los movimientos comunitarios de concienciación social). Posteriormente, a través del producto consolidado y publicado por medio de podcasting (como instrumento para la difusión de contenido informativo, gratuito y contrahegemónico a favor de la libertad de expresión).

Palabras clave: Podcasting. Documental Sonoro. Periodismo. Arte Sonoro.

Abstract

This research aims to discuss, through a conceptual structuring of bibliographic nature, how the audio documentary – radio format that intertwines journalism and sound art techniques – presents itself to an audience receptive to podcasting productions and listening via streaming. We understand this format from the conception of an independent and social radio. First through its production process (as a planned action – individual or collective – for the articulation of community movements for social awareness). Subsequently, through the consolidated product and published via podcasting (as an instrument for the dissemination of informative, free and counter-hegemonic content in favor of freedom of expression).

Keywords: Podcasting. Audio Documentary. Journalism. Sound Art.

Introdução

Iniciamos esse trabalho cientes da necessidade de abordar o impacto da digitalização na produção, na transmissão e no consumo de rádio, mas não temos a intenção de nos prolongarmos em “posições ultrapassadas pela conformação da convergência como um processo cultural a englobar gradativamente o conjunto da sociedade” (FERRARETTO; MORGADO; SABALLA JR., 2019, p. 23). No entanto, consideramos necessário reiterar que o cenário de convergência tecnológica alavancou um modelo de cultura participativa no qual o rádio não é mais limitado pelo escopo das ondas hertzianas, integrando-se à lógica de interatividade das multiplataformas digitais.

Com isso, as audiências não estão mais somente nos ambientes físicos, pois cada vez mais se encontram numa rede de interações simbólicas mediadas pelos inúmeros dispositivos conectados à internet (DEL BIANCO, 2012). O acesso às Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação (TDICs), em especial a popularização dos *smartphones*,

gerou condições para a consolidação do que Lopez (2010) denomina “rádio hipermidiático”, que embora transite por diversos suportes, formatos e linguagens, mantém sua estrutura fundamental na matéria sonora.

Foram essas condições que permitiram a ascensão do podcasting, como um processo para elaboração de programas de áudio sob demanda que podem ser baixados para escuta a qualquer momento e em qualquer lugar – sem a limitação do alcance das ondas. Os programas são na verdade arquivos digitais de áudio (podcasts), que podem ser de gêneros e formatos diversificados. São armazenados em sites que os distribuem por meio da tecnologia *feed RSS (Really Simple Syndication)* para aplicativos e plataformas de *streaming* (transmissão de dados digitais via internet que podem ser *on demand* ou *live streaming*). O *feed RSS* permite que o usuário se mantenha atualizado dos novos episódios sem a necessidade de ir até o site onde o arquivo está hospedado. Basta que faça a assinatura do respectivo programa no aplicativo ou plataforma de seu interesse.

Para se ter uma ideia da força socioeconômica do podcasting no Brasil, o *Spotify*, plataforma multimidiática de *streaming*, líder no consumo de podcasts entre os brasileiros, apontou por intermédio da pesquisa “Podcasts Stats Soundbites”, realizada no início de 2019, que o Brasil é o segundo país que mais consome podcasts no mundo, com crescimento médio mensal de 21% desde janeiro de 2018. Esses dados foram assunto durante o “Spotify for Podcasters Summit”, primeiro evento focado em podcasting realizado pela *Spotify* e que ocorreu em novembro de 2019 (BLUBRRY PODCASTING, 2019; VASCONCELOS, 2019).

Esse cenário proporcionou caminhos para um modelo de radiofonia mais dinâmico, aberto às produções independentes, autorais e constituídas por procedimentos que se opõem à estrutura aplicada às transmissões ao vivo. Partindo desta premissa, dedicamo-nos a estudar o audiodocumentário, formato que se aproveita de elementos do jornalismo e da arte sonora para explorar os sistemas expressivos da linguagem radiofônica, dando maior atenção ao poder evocativo dos sons, à estética do conteúdo e ao caráter social do rádio.

Cabe observar que assim como Vicente (2013, p. 1), temos como gênero radiofônico “uma classificação mais geral da mensagem, que considera o tipo específico de expectativa dos ouvintes que ela visa a atender”. Já os formatos radiofônicos são “os modelos que podem assumir os programas realizados dentro de cada um dos diferentes gêneros”.

O objetivo da investigação é discutir, por meio de uma estruturação conceitual de cunho bibliográfico, como o formato audiodocumentário apresenta-se frente a um novo público jovem que se mostra bastante receptivo às produções em podcasting e à escuta via *streaming*. A motivação para o estudo está no nosso percurso de trabalho teórico-prático com o objeto (reunido em: audiocdoc-br.blogspot.com), com destaque para os audiodocumentários: "Um pé de Coaçu: Meu lugar é minha história" e "Carnaval em São José de Solonópole - A tradição no interior do Ceará".

A noção de audiodocumentário que abordamos nesta investigação se baseia na tradição latino-americana, em especial nos estudos em língua espanhola, tendo como principais autores Godinez Galay, Charlotte De Beauvoir e Lechuga Olguín, fundadores do Fórum de Documentários Sonoros em Espanhol (Foro de Documental Sonoro em Español – SONODOC). Esta literatura nos permitiu pensar uma classificação que vem se desenvolvendo ao longo do nosso percurso teórico-prático. Acreditamos que o audiodocumentário tem como premissa quatro objetivos fundamentais: informar, sensibilizar, educar e transformar.

Salientamos que adotamos a nomenclatura "audiodocumentário" para caracterizar o modelo de produção e distribuição do formato, que não precisa mais estar associado somente às produções para o rádio como aparelho receptor dos sinais de uma estação. Outras designações populares são: radiodocumentário, documentário radiofônico e documentário sonoro (SILVA; SILVA, 2019).

Por um rádio independente e de caráter social

O movimento podcasting mudou a forma de consumo de mídia sonora. Isso se deve ao fácil acesso que temos a aplicativos e plataformas digitais capazes de distribuir arquivos de áudio para serem ouvidos on-line ou baixados em computadores, *smart TVs*, *tablets*, *iPads*, *smartphones* ou qualquer outro dispositivo com capacidade de integração com a internet e que atenda aos requisitos operacionais básicos para seu funcionamento. Estes podcasts "circulam como um vírus através de e-mails, redes sociais (Twitter ou Facebook) ou por WhatsApp. Nunca serão escutados em rádios convencionais, mas arrasam no mundo digital. E, para mim, é rádio a arte de contar histórias" (LÓPEZ; MATÍAS, 2019, p. 11-12).

Vicente, Kischinhevsky e De Marchi (2018) compreendem esse movimento como a consolidação de uma cultura do acesso que está expandindo continuamente a maneira

como pensamos sobre o conteúdo de áudio. Empreendem-se novos hábitos de produção e consumo que são impulsionados por este modelo sob demanda, que apresenta inúmeras possibilidades para a retomada do protagonismo de gêneros e formatos que exploram a capacidade expressiva, sensorial e artística da linguagem radiofônica. Peças sonoras que estiveram à margem da programação das grandes emissoras brasileiras, marcadas pelo sistema comercial de rádio AM/FM, que priorizou o imediatismo e a instantaneidade.

Para Godinez Galay (2010; 2014; 2015), diretor do Centro de Produções Radiofônicas (CPR-CEPPAS), organização dedicada à produção de rádio e pesquisa em comunicação na América Latina, o panorama da convergência tecnológica e a ascensão do podcasting propiciaram novas perspectivas para atuação do que ele denomina “rádio social”, isto é, iniciativas radiofônicas para o fortalecimento da comunicação popular e cidadã.

O rádio social tem como objetivo a disseminação de conteúdos comunicativos com caráter cultural e educacional, dando poder de fala a grupos que normalmente não possuem espaço de expressão nos meios de comunicação tradicionais e hegemônicos. Consolidou-se principalmente pelas ações experimentais em rádios públicas, comunitárias e universitárias, mas vem se reinventando por meio das novas perspectivas oferecidas pela internet, com especial atenção às ações de frentes alternativas, nas quais qualquer indivíduo pode produzir seu próprio programa e disseminá-lo de maneira independente (GODINEZ GALAY, 2014; 2015).

Assim, para falar de rádio social, precisamos também falar de rádio independente como um espaço de comunicação gratuito, livre e adaptável aos anseios das novas gerações.

Chamamos de “rádio independente”, por outro lado, as experiências particulares que, embora não tenham objetivos marcadamente sociais, são empreendimentos independentes, alheios a interesses comerciais ou diretrizes editoriais hegemônicas. Grupos e produtores de conteúdo, rádios coletivas ou unipessoais da internet, artistas sonoros e até rádios de bairro que, apesar de comerciais, têm uma visão inovadora em programação e conteúdo e têm a liberdade de exercitá-la (GODINEZ GALAY, 2014, p. 2, tradução nossa).

Partindo desse pressuposto, temos para este estudo a compreensão de um rádio independente e de caráter social, que inserido na lógica de produção e recepção imposta pelo cenário podcasting é concebido mais como uma linguagem de comunicação que como um meio. Trata-se do uso social da linguagem radiofônica, procurando prospec-

tar uma dimensão mais autoral e experimental dos seus sistemas expressivos: palavra, música, efeitos sonoros e silêncio (BALSEBRE, 2005; LOPEZ, 2010).

Nessa perspectiva, assim como vemos em Vicente (2011), o foco passa a ser a indissociável disposição do rádio como instrumento para engajamento, transformação e apropriação dos espaços e estratégias alternativas para uma comunicação mais acessível e democrática. Considera-se, portanto, o “uso mais radical e inovador da linguagem de rádio em espaços de difusão alternativos como projetos sociais, educacionais ou rádios comunitárias” (VICENTE, 2011, p. 91), nos quais a comunicação radiofônica passa a ser compreendida além da sua missão meramente informativa.

Contando com um espaço diversificado para produção de programas com inúmeras expectativas, naturalmente o mesmo ocorre com a audiência de podcasts. No entanto, atualmente o foco está no ouvinte via *streaming*, tecnologia ativamente presente no cotidiano dos jovens, que estão mais conectados aos aplicativos e às plataformas digitais e mais entusiasmados com as estruturas radiofônicas criativas que permitem reinventar as estratégias de produção e consumo de áudio (DE BEAUVOIR, 2015; 2018). Nesta direção, gêneros e formatos radiofônicos mais sofisticados, que outrora eram interpretados como enfadonhos e desinteressantes, fortalecem-se como meios capazes de empoderar os sujeitos e de possibilitar que fujam do círculo hegemônico de narrativas factuais da comunicação massiva. Hoje os sujeitos têm o poder de contar e de ouvir suas próprias histórias que podem partir de diferentes ângulos e lugares.

Quando Godinez Galay (2015; 2018) analisa as tendências atuais para o rádio independente e de caráter social, destaca quatro momentos associados ao termo podcast e que precisam ser observados para que atinjam – com melhor rendimento – o público a que se destina cada tipo de mensagem sonora. Abaixo resumimos os quatro momentos citados pelo autor:

1. **Podcast como tecnologia de distribuição** - o termo podcasting surge como uma maneira inovadora para *upload* e *download* de áudio desenvolvida pela empresa Apple no início dos anos 2000;

2. **Peças sonoras de podcast** - programas unitários ou divididos em capítulos que, embora foquem na qualidade do som, não são pensados para serem consumidos semanalmente. São influenciados por reminiscências do rádio hertziano. Exemplo: qualquer tipo de programa – jornalísticos, musicais, artísticos, ficcionais, etc.;

3. **Revista podcast** - programas semanais normalmente baseados em transmissões ao vivo (semelhante ao rádio hertziano) e ações de rádio independente com estrutura narrativa e de produção simples. Exemplo: revistas temáticas;

4. **Podcast storytelling** (narrativas seriais) - programas com episódios divididos em série ou com temporadas contínuas que apresentam roteiro bem detalhado, no qual é essencial o trabalho elaborado com os sistemas expressivos da linguagem radiofônica, portanto, possuem grande preocupação artística e estética. Exemplo: radiodrama, audiodocumentário, séries, etc.).

Embora apresentem suas particularidades, esses quatro momentos estão agrupados sob a ideia de um rádio futurista, que, pelo fácil acesso às TDICs, sua produção só exige as competências básicas para captação sonora, edição/montagem do áudio, upload em sites de hospedagem e integração com plataformas agregadoras ou serviços de *streaming*.

Como vemos em López e Matías (2019, p. 74):

Hoje os territórios digitais nos oferecem mais ferramentas para fazê-los: existem bancos de áudio, *softwares* simples e gratuitos para editar, barateiam-se os custos de produção, ganha-se velocidade na produção e há espaços na rede para publicar e divulgar sem depender da autoridade de uma emissora que nos diga o que é certo ou errado. Hoje podemos nos encaminhar para um rádio multimídia, multigênero e multiplataforma. Hoje o rádio pode mudar, inventar e explorar outras formas, como o documentário sonoro, a *radiocollage*, o filme radiofônico, o *reality radio*, a poesia radiofônica, o *comic* radiofônico [...].

Com base nessa discussão, a seguir, caracterizaremos o audiodocumentário, que acreditamos ser um formato capaz de alcançar as perspectivas que lançamos sobre o rádio independente e de caráter social e as suas tendências atuais no cenário podcasting. Podendo ser produzido tanto como uma peça sonora de podcast quanto como um podcast *storytelling*, o formato é por nós entendido como: "um documentário concebido na linguagem radiofônica, motivado por temáticas de valor sociocultural que são trabalhadas de forma aprofundada a partir de uma estrutura expressiva que mistura jornalismo e arte" (SILVA; SILVA, p. 111).

Audiodocumentário – intercâmbios entre jornalismo e arte sonora

A primeira coisa que devemos entender sobre a produção de um audiodocumentário é que se trata de um formato híbrido, um meio caminho entre técnicas do jornalismo

e da arte sonora (GODINEZ GALAY, 2014a). Segundo o coletivo de experimentação de rádio na América Latina – RadioLAB Experimental (2019), que integra a rede SONODOC, a grande singularidade do formato, em relação a outros com conteúdo jornalístico, está em como a história é contada, ou seja, o semântico e o estético caminham lado a lado.

Se investigarmos um tópico, obteremos documentos que sustentam o que queremos dizer. E, se fizermos um audiodocumentário, vamos tentar obter documentos sonoros: arquivos de áudio (vamos revisar muitos arquivos na internet), paisagens sonoras, depoimentos que ajudam a provar o que queremos comunicar. E se tivermos um documento escrito, vamos tentar usá-lo de forma mais criativa e “sonora”: há uma única maneira possível de um locutor ler o texto encontrado? Vamos usar poesia, mudanças de ritmo, dramatização e criatividade (RADIOLAB EXPERIMENTAL, 2019, não paginado, tradução nossa).

As características do jornalismo se manifestam na necessidade de que as temáticas ou problemáticas socioculturais sejam fundamentadas por um trabalho de pesquisa extenso e aprofundado, utilizando dados documentais, depoimentos reais e interpretação dos fatos para analisá-los ou reconstruí-los. Os documentos podem ser obtidos pela investigação de campo, depoimentos e entrevistas; obtidos mediante arquivos sonoros históricos ou produzidos por terceiros; e obtidos pela tradução e conversão de arquivos textuais ou visuais em sonoros (GODINEZ GALAY, 2014b). Procedimentos como entrevista, narração e edição/montagem são essenciais, no entanto, geralmente são conduzidos por um roteiro indicando as especificações técnicas e o tratamento aplicado à peça sonora (FERRARETTO, 2001).

Ampliando o escopo de atuação jornalística, Lechuga Olguín (2015) explica que pelo tratamento estético que é dado à linguagem radiofônica, o formato incorpora elementos do que a autora aponta como “novo jornalismo”, que aceita a inserção de elementos ficcionais para ambientação e apresentação da realidade de maneira mais atraente. O objetivo é fazer com que histórias reais se tornem atrações culturais que informam, educam e entretém, discutindo temas reais que convidam o ouvinte a refleti-los, suscitando, dessa forma, cidadãos mais conscientes e críticos.

O novo jornalismo, segundo Bezerra (2010), procura dar maior liberdade para a escolha de pautas que não necessariamente precisam estar em evidência, rompendo com a periodicidade e a atualidade, duas características do jornalismo contemporâneo. Técnicas jornalísticas de aprofundamento são fundamentais para a produção de um audiodocumentário, porque o formato “despreza o fato superficial e perecível, buscando sem-

pre pelo melhor detalhamento da narrativa e procurando envolver o máximo de atores sociais e perspectivas do tema investigado" (SILVA; SILVA, 2019, p. 111-112).

No entanto, o audiodocumentarista, assim como o novo jornalista:

[...] não ignora o que aprendeu no jornalismo diário. O que ele faz é desenvolver técnicas narrativas já presentes no jornalismo de tal maneira que acaba constituindo novas estratégias profissionais. Mas os princípios da redação, como, por exemplo, a apuração rigorosa, a abordagem ética e a capacidade de se expressar claramente, continuam atuantes e fundamentais – “o novo jornalismo, embora possa ser lido como ficção, não é ficção. É, ou deveria ser, tão verídico quanto a mais exata das reportagens” [...] (BEZERRA, 2010, p. 430).

Uma importante influência relacionada à incorporação da prática jornalística investigativa é que para a produção de um audiodocumentário, a interpretação cuidadosa e analítica que o autor faz da obra assume papel de destaque. Godinez Galay (2014a; 2016) elucida que o audiodocumentarista não esconde sua subjetividade acerca do tema. Ele constrói a narrativa a partir da defesa de um ponto de vista que precisa ser bastante claro, principalmente em relação à sua construção estética.

Quando há uso de elementos de ficção ou dramatização, o discernimento ético é ainda mais exigido, pois o audiodocumentário precisa deixar explícito que os recursos ficcionais não substituem os fatos, apenas oferecem dinamismo e beleza à obra.

Todo o conteúdo é uma escolha: escolha do que dizer, como fazê-lo, de onde e para onde. O audiodocumentário não esconde isso; ele desnuda o ouvinte em suas intenções. Nesse sentido, sua honestidade reside em não querer esconder que existe um recorte na natureza deliberada de sua vestimenta sonora. O autor do audiodocumentário é um pintor, que usa temas da realidade para fazer obras sobre eles, propondo um visual estético artístico e baseado em documentos, com o qual conta histórias e opina sobre o mundo (GODINEZ GALAY, 2014a, não paginado, tradução nossa).

Sendo assim, apenas narrações e depoimentos não dão completo significado ao conteúdo abordado. As problemáticas socioculturais devem ser tratadas de forma a valorizar a estética do som, isto é, o trabalho com arte sonora. Faz-se necessária, portanto, atenção aos diversos ruídos do ambiente, efeitos sonoros, músicas e silêncios que comunicam, sensibilizam e emocionam (GODINEZ GALAY, 2014; 2016).

Arte sonora é um conceito que reúne diversas experiências artísticas com o som, que podem advir de várias fontes, como poesia, música, arquitetura, artes visuais, etc., portanto, pode ser pensada ou não a partir de procedimentos radiofônicos (LECHUGA

OLGUÍN, 2015). Neste trabalho entendemos que ao falar de arte sonora nos referimos à “linguagem criativa do material acústico capaz de reinterpretar constantemente o mundo, graças às ferramentas tecnológicas utilizadas pelo artista para criar uma estética única sob o experimentalismo do som e do ruído [...]” (LECHUGA OLGUÍN, 2015, p. 45, tradução nossa).

A arte sonora, quando direcionada à produção radiofônica e trabalhada conjuntamente com as técnicas do jornalismo constituem a estrutura expressiva de um audiodocumentário, podendo ser utilizada não apenas em sua função artística, mas emocional e, inclusive, para fins sociais. A capacidade de combinar e inventar sons, quando explorada pelos formatos radiofônicos, procura estabelecer um contrato entre produtores e audiências, no qual o conteúdo que os liga precisa ser concreto e identificável (GODINEZ GALAY, 2010). Constitui-se, portanto, uma estrutura narrativa na qual se faz “necessário um equilíbrio entre informação estética e semântica, pois ambas representam de forma mais completa a polissemia que abrange toda a produção de significado e sua interpretação em um contexto comunicativo” (BALSEBRE, 2005, p. 328).

Assim, se por um lado a natureza jornalística do audiodocumentário permite informar e educar, por outro, a natureza da arte sonora permite sensibilizar. Integrando esses dois aspectos, “fundamentados no comprometimento com uma problemática real, de modo a oferecer informações que podem causar identificação e engajamento para intervenções sociais, individuais ou coletivas, o formato assume o seu papel como instrumento para transformação” (SILVA, 2020, p. 120).

Esse tipo de construção narrativa ganha enorme relevância dentro do movimento podcasting, pois se consolida como um espaço de livre acesso à informação, aberta à produção radiofônica independente e de caráter social. “O podcast recupera a mágica de aproveitar a possibilidade de expressar em nossas mãos; o poder de dizer algo que é ouvido e que através da sua inserção em plataformas digitais pode haver uma interatividade comunicativa real” (GODINEZ GALAY, 2015, p. 148, tradução nossa).

Nessa lógica, o caráter social do formato audiodocumentário permite que:

[...] nossa opinião não esteja na voz de um locutor que instrui os ignorantes, mas seja apresentada através da maneira como os materiais sonoros são organizados como produto de pesquisas jornalísticas. Isso, potencializado com expressões de experimentação sonora, pode provocar um conteúdo interessante e bonito que está contando problemáticas reais, além de se posicionar sobre elas. O audiodocumentário entende que o ouvinte é ativo, criativo, não é tolo e pode apreciar o conteúdo pela maneira como

soa, enquanto compreende os temas sobre os quais fala e está de acordo ou não (GODINEZ GALAY, 2014, p. 5, tradução nossa).

Diante disso, a liberdade de aplicação das formas sonoras artísticas na elaboração de um audiodocumentário é essencial para a criação de estruturas expressivas modernas, que realizam um tratamento estético da linguagem radiofônica e onde os conteúdos devem prezar por alternativas culturais e criativas que atendem aos anseios das gerações jovens (LECHUGA OLGUÍN, 2015; DE BEAUVOIR, 2015).

Exemplos práticos

Em uma sociedade na qual a comunicação visual bombardeia os sujeitos com todo o tipo de sedução imagética, as peças radiofônicas tendem a se tornar cada vez mais sofisticadas a fim de atrair uma audiência que demanda narrativas criativas, dinâmicas e que ativem sua imaginação, memórias e sentimentos, gerando outro tipo de imagens, as sensoriais, que possuem significados mais profundos porque partem da dimensão emocional (ORTRIWANO, 1985; DEL BIANCO, 2012).

Por conta disso, Godinez Galay (2014) aponta que os formatos do rádio independente e de caráter social e inseridos no movimento podcasting devem apresentar as seguintes características para atingir de maneira suficiente sua audiência e, conseqüentemente, seus objetivos: sejam atraentes - prendam a atenção dos ouvintes e os levem a acompanhar ativamente os programas e a criarem o hábito de baixá-los para uma escuta futura; sejam divertidos - promovam prazer na escuta e levem o ouvinte a consumir todo o programa, do início ao fim; sejam criativos e inovadores - que possam explorar palavra, música, efeitos sonoros e silêncio de maneira autêntica; sejam compreensíveis - transmitam informações úteis à realidade, permitindo que os ouvintes conheçam novas visões sobre os fatos e possam transformar seu modo de pensar e de agir.

Seguindo esses princípios, o audiodocumentário pode atender aos propósitos do rádio independente e de caráter social. Primeiro, por meio do seu processo de produção (enquanto ação planejada – individual ou coletiva – para a articulação de movimentos comunitários de conscientização social). Posteriormente, por intermédio do produto consolidado e publicado via podcasting (enquanto instrumento para disseminação de conteúdo informativo, livre e contra-hegemônico em favor da liberdade de expressão).

Para exemplificar tal posicionamento, apresentamos duas peças sonoras por nós conduzidas, os audiodocumentários: “Um pé de Coaçu: Meu lugar é minha história”

(2017) e “Carnaval em São José de Solonópole - A tradição no interior do Ceará” (2020). Estão publicadas no nosso perfil na Anchor (anchor.fm/djaneassuncao), uma das plataformas digitais mais completas e gratuitas que faz o trabalho de hospedagem e integração com os mais populares serviços de *streaming* (Spotify, Apple Podcasts, Breaker, Google Podcasts, Pocket Casts, RadioPublic, etc.).

O audiodocumentário “Um pé de Coaçu: Meu lugar é minha história” faz um resgate histórico e sociocultural dos aspectos que caracterizam a localidade do Sítio Coaçu, comunidade rural do município de Solonópole, estado do Ceará. Produzido de forma coletiva com quinze crianças e jovens de 04 a 19 anos, que interagiram com os moradores do local, a produção da peça e sua consequente publicação objetivou o estímulo à preservação da história e da identidade comunitária, numa ação para desenvolvimento do protagonismo e expressão comunicativa do público infantojuvenil morador ou frequentador da localidade (SILVA, 2017). A peça é vencedora do prêmio “Microfone de Prata” e da “Menção Honrosa Dorothy Stang” como melhor programa jornalístico radiofônico da edição do ano de 2018 dos Prêmios de Comunicação da Conferência Nacional dos Bispos do Brasil (CNBB).

Já o audiodocumentário “Carnaval em São José de Solonópole - A tradição no interior do Ceará” faz uma investigação aprofundada sobre a temática do carnaval em São José de Solonópole, distrito do município de Solonópole, estado do Ceará. Produzido de forma coletiva com 32 adolescentes de 13 a 15 anos, em contato com os moradores locais, a produção da peça e sua consequente publicação procurou “estimular o protagonismo social e garantir o acesso a espaços de fala por parte dos grupos que normalmente não possuem força política para ecoarem suas mais profundas manifestações culturais” (SILVA, 2020, p. 120).

Nos dois audiodocumentários foram utilizadas técnicas de jornalismo investigativo, elementos da arte sonora e apropriação das TDICs como recursos midiáticos e pedagógicos. Produções como estas não necessitam de equipamentos complexos ou aparelhos de radiofonia específicos. Basta um *smartphone* e um computador conectado à internet para acesso a aplicativos e plataformas, como, por exemplo, a Anchor, que oferece conteúdo e ferramentas para gravação, edição e publicação de podcasts.

O formato audiodocumentário, portanto, apresenta-se como um meio que permite aos diferentes grupos sociais elaborarem um material representativo, identitário e ampliarem o alcance desse material, fazer-se ouvido para além de suas fronteiras.

Tal afirmação pode ser observada, por exemplo, no alcance midiático que teve o audiodocumentário "Um pé de Coaçú: Meu lugar é minha história". Produzido e publicado de forma independente em diferentes aplicativos e plataformas digitais, inicialmente cumpriu seus objetivos em âmbito local, para depois alcançar repercussão nacional após os prêmios conquistados. Como consequência, a peça sonora passou a fazer parte do acervo das rádios Aparecida FM (SP) e Frei Caneca FM (PE), e claro, rendeu notícias e reportagens em diferentes veículos de comunicação, dentre eles o Portal Tribuna do Ceará (CE), o Portal Rede Católica de Rádio (SP), o programa de jornalismo cultural Diversidade – TV Itararé/TV Cultura (PB), entre outros.

Mesmo sem a repercussão devido à conquista dos prêmios, a possibilidade do acesso a milhões de pessoas em plataformas digitais, por si só, já representa a chance de realidades distantes dos grandes centros serem reconhecidas, legitimadas ou simplesmente ouvidas, nos sentidos mais simples e amplos da palavra. É a possibilidade de criação e de reafirmação da identidade de um grupo, por exemplo. Essa representatividade é fundamental para qualquer povo.

O audiodocumentário "Carnaval em São José de Solonópole - A tradição no interior do Ceará" foi publicado de forma oficial recentemente e vem conquistando seu espaço perante um público local. Portanto, é natural que ainda não possua o mesmo alcance do audiodocumentário descrito acima. Salientamos que não é nosso objetivo gerar comparações, pois, ainda que as peças sonoras partam do mesmo princípio de produção e publicação, são projetos distintos, cada qual com as suas particularidades.

O que realmente nos interessa mostrar, assim como de Beauvoir (2015), é que o cenário podcasting, receptivo à produções independentes e de caráter social, amplia exponencialmente o alcance dos audiodocumentários, livres de infraestruturas regulatórias ou oligopólios de comunicação que controlam o direito de transmissão radiofônica e, obviamente, o seu conteúdo.

Na dimensão da produção, o audiodocumentário pode ser concebido como ação planejada para engajamento comunitário e comunicação emancipatória. Na dimensão da recepção, como conteúdo expressivo, sensorial e artístico para fins sociais, uma vez que as sensações que "o receptor experimenta ao ouvir audiodocumentários podem levar a uma mudança de pensamento ou atitude em relação a um assunto, e a uma maior conscientização sobre ele, uma peculiaridade que lhe atribui uma responsabilidade em relação à sociedade" (LECHUGA OLGUÍN, 2015, p. 91, tradução nossa).

Considerações finais

O formato audiodocumentário, em sua estrutura narrativa, consegue ser atraente, divertido, criativo, inovador e compreensível, porque amplia o escopo de atuação do jornalismo investigativo para adentrar em histórias reais que também entretém, pois se apropriam de elementos do humor, do drama e da arte sonora (SONODOC, 2020). Reúne, de forma peculiar, conteúdo e forma, que nos faz entender sobre algo, mas vai além, estimula a nossa imaginação e nos transporta “para utopias tão reais onde a sensibilidade humana desafia a frieza contemporânea do comercialismo” (LECHUGA OLGUÍN, 2015, p. 45). O duplo apelo racional-emocional atua como ponte para disseminar questões sociais de uma maneira bonita, criativa e aproximando cada vez mais as audiências com as tendências culturais da atualidade.

No uso livre dos sistemas expressivos da linguagem radiofônica o audiodocumentarista:

“... Terá ao seu dispor uma multiplicidade de cenários para contar histórias, indo das generalizações coletivas às representatividades íntimas. [...] o mesmo se apropria da realidade para dar vida à imaginação em uma tela que não possui nenhum tipo de dimensão espacial. A magia dos audiodocumentários reside na matéria subjetiva que dá sentido ao homem, que a partir da realidade se deixa invadir pela criatividade e pelas emoções. A junção entre o universo, da mensagem jornalística e o criativo da arte sonora, conteúdo e forma, dá-lhe unicidade. Por um lado, tem-se a busca pela representação das experiências humanas reais, por outro, o artifício da subjetividade sensorial que não se restringe a um registro puro (SILVA, 2020, p. 56).

Algumas das tendências às quais nos referimos são expressas em uma pesquisa do Spotify em parceria com a agência de pesquisas Culture Co-op, lançada em junho de 2019. O estudo apresenta o primeiro Relatório Anual de Tendências da Cultura relacionadas às gerações Z (15 a 24 anos) e Y ou *millennials* (25 a 38 anos), que buscou compreender o que pensam os jovens sobre tecnologia, moda, música e esportes a partir do consumo de conteúdo em áudio via *streaming*. A pesquisa contou com análises quantitativas, qualitativas e de dados de *first-party* feito com pessoas de países como Estados Unidos, México, Brasil, Reino Unido, Alemanha, França, Filipinas e Austrália (SPOTIFY FOR BRANDS, 2019).

Como resultado, obtiveram-se cinco tendências relacionadas às gerações Z e *millennials*, que aqui estão descritas resumidamente com base na reportagem do site Meio & Mensagem (2019):

1. **Conexões emotivas** - os jovens expressam e abordam seus sentimentos, muitas vezes por meio da música;

2. **Vidas nômades** - essas gerações acreditam no poder que a música tem de conectar as pessoas e culturas diferentes;

3. **Atração subliminar** - descobrir coisas novas é fundamental para essas gerações. Seus membros acreditam que qualquer um pode se tornar um influenciador e que ser alguém relacionável gera mais confiança e felicidade;

4. **Política pop** - os jovens querem fazer parte da conversa política. Podcasts de notícias e política estão entre os mais ouvidos;

5. **Som onipresente** - mais da metade dos jovens concordam que o áudio serve de fuga para o excesso de estímulo visual. Além disso, não é apenas entendido como ruído de fundo, desempenhando um papel enorme em suas rotinas.

Há de se entender, portanto, que os audiodocumentaristas, ainda que optem por conceber um caráter social às suas produções, não precisam se manter distante das tendências culturais e tecnológicas em alta no mercado de mídia sonora. Nesse sentido, é lógico que assim como é desejo das rádios comerciais, para o produtor independente de podcasts (o *podcaster*), o importante é que seu conteúdo alcance novos públicos, que podem vir de diferentes lugares, considerando que:

É certo que o podcasting atende aos anseios de organizações não-governamentais, movimentos sociais e ativistas de minorias étnicas, religiosas, sexuais etc., fornecendo condições materiais para veiculação de conteúdos políticos e culturais a custos muito mais baixos. Mas, de nenhuma forma, o novo meio fica circunscrito a este universo de militância, contemplando igualmente projetos de caráter nacionalista, separatistas, fundamentalistas, tribos urbanas, grupos de afinidade transnacional, pesquisadores, amantes de artes plásticas, entre outros atores sociais (HERSCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2008, p. 104).

Tem-se atualmente o cenário perfeito para os audiodocumentaristas desengavetarem suas ideias e mostrarem que o formato documentário está longe de ser apenas um relato enfadonho de aspectos da realidade social, mas podem se transformar em verdadeiras obras radiofônicas, principalmente pelo crescente consumo dos podcasts *storytelling*, cada vez mais "populares na Europa e nos Estados Unidos, estão associadas à narrativa em série, usam ficção, som profissional e estratégias de disseminação que se expandem para fora do meio sonoro e aproveitam as ferramentas do território digital" (GODINEZ GALAY, 2018, não paginado, tradução nossa).

Por fim, tudo isso, agregando-se à própria condição documental, o formato nos brinda com um instrumento para “contar histórias e repensar as historiografias oficiais, temáticas e problemáticas de cada comunidade, país ou região”, além de ser importante para “o registro e salvaguarda de expressões culturais e preservação do patrimônio histórico” (SONODOC, 2020, não paginado, tradução nossa). A linguagem do rádio se adapta às tendências tecnológicas e continua sendo um forte aliado no fortalecimento da comunicação popular e cidadã, principalmente das classes mais baixas.

Referências

BALSEBRE, A. A linguagem radiofônica. In: MEDITSCH, E.; ZUCULOTO, V. (org.). **Teorias do rádio: textos e contextos**. Florianópolis: Insular, 2005.

BEZERRA, J. O mundo lá fora: o cinema direto e o novo jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 7, n. 2, p. 424-436, out. 2010. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2010v7n2p424/14472>> Acesso em: 03 fev. 2020.

BLUBRRY PODCASTING. Podcast Stats Soundbite: Brazil In Bloom. **Blubrry Podcasting**, Columbus, fev. 2019. Disponível em: <<https://blubrry.com/podcast-insider/2019/02/01/podcast-stats-soundbite-brazil-bloom/>> Acesso em: 14 dez. 2019.

DE BEAUVOIR, C. El documental radiofónico en la era digital: nuevas tendencias en los mundos anglófono y francófono. **Razón y Palabra**, Monterrey, v. 19, n. 91, p. 1-29, set./nov. 2015. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199541387025>> Acesso em: 15 ago. 2018.

DE BEAUVOIR, C. Manifiesto para la renovación de la narrativa sonora de no ficción en español. In: DE BEAUVOIR, C. (org.). **Historias, terrenos y aulas: la narrativa sonora en español desde dentro**. Bogotá: Ediciones Uniandes, 2018.

DEL BIANCO, N. R. **Rádio e o cenário da convergência tecnológica**. In: DEL BIANCO, N. R. (org.). *O Rádio Brasileiro na Era da Convergência*. São Paulo: INTERCOM, 2012.

FERRARETTO, L. A. **Rádio: o veículo, a história e a técnica**. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

FERRARETTO, L. A.; MORGADO, F.; SABALLA JR., L. H. O jornalista com múltiplas funções no rádio: velhos preconceitos para novos desafios. **Revista Rádio-Leituras**, Mariana: v. 10, n. 1, p. 22-40, jan./jun. 2019. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/203988/001109283.pdf?sequence=1>> Acesso em: 31 jan. 2020.

GODINEZ GALAY, F. ¿Qué es un podcast? Posible caracterización de un término que lo agrupa todo. **Centro de Producciones Radiofónicas – CPR/CEPPAS**, Buenos Aires: 2018. Disponível em: <<https://cpr.org.ar/que-es-un-podcast-posible-caracterizacion-de-un-te/>> Acesso em: 29 set. 2019.

GODINEZ GALAY, F. Dibujando definiciones sobre el documental sonoro. **Centro de Producciones Radiofónicas – CPR/CEPPAS**, Argentina, 2014b. Disponível em: <<https://cpr.org.ar/dibujando-definiciones-sobre-el-documental-sonoro/>> Acesso em: 12 set. 2019.

GODINEZ GALAY, F. El documental sonoro: el engaño más honesto. **Centro de Producciones Radiofónicas – CPR/CEPPAS**, Buenos Aires, 2014a. Disponível em: <<https://cpr.org.ar/el-documental-sonoro-el-engano-mas-honesto/>> Acesso em: 12 set. 2019.

GODINEZ GALAY, F. **El radiodrama en la comunicación de mensajes sociales**: apuntes teórico-prácticos para la producción integral. 1. ed. Buenos Aires: Ediciones del Jinete Insomne, 2010.

GODINEZ GALAY, F. La estética en el documental sonoro. **Centro de Producciones Radiofónicas – CPR/CEPPAS**, Buenos Aires, 2016. Disponível em: <<https://cpr.org.ar/la-estetica-en-el-documental-sonoro/>> Acesso em: 11 jun. 2019.

GODINEZ GALAY, F. Movimiento podcaster. La nueva concreción de la radio libre. **Question**, Buenos Aires, v. 1, n. 46, p. 135-150, 23 jun. 2015. Disponível em: <<https://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/question/article/view/2462>> Acesso em: 17 out. 2019.

GODINEZ GALAY, F. Nuevas estéticas en la radio social e independiente. **FES Comunicación**, Bogotá, n. 2, p. 1-16, jun. 2014. Disponível em: <<https://library.fes.de/pdf-files/bueros/la-comunicacion/14288.pdf>> Acesso em: 09 out. 2019.

HERSCHMANN, M.; KISCHINHEVSKY, M. A "geração podcasting" e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 15, n. 37, p. 101-106, dez. 2008. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4806>> Acesso em: 12 mai. 2019.

LECHUGA OLGUÍN, K. L. **El documental sonoro**: una mirada desde América Latina. 1. ed. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Ediciones del Jinete Insomne, 2015.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã: UBI; LabCom, 2010.

LÓPEZ, T. B.; MATÍAS, G. M. (coord.). **O rádio vive! Mutações culturais do sonoro**. Quito: Ediciones CIESPAL, 2019.

MEIO & MENSAGEM. Spotify lança relatório sobre millennials e geração Z. **Meio & Mensagem**, São Paulo, jun. 2019. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2019/06/05/spotify-lanca-relatorio-sobre-millennials-e-geracao-z.html>> Acesso em: 03 jan. 2020.

ORTRIWANO, G. S. **A informação no rádio**: os grupos de poder e a determinação dos conteúdos. 4. ed. São Paulo: Summus, 1985.

RADIOLAB EXPERIMENTAL. ¿De qué hablamos cuando hablamos de documental sonoro? **Radiolab Experimental**, Quito, 2019. Disponível em: <<https://radiolab.cc/de-que-hablamos-cuando-hablamos-de-documental-sonoro/>> Acesso em: 01 jan. 2020.

SILVA, J. D. A. **Audiodocumentário como forma de empoderamento e resgate histórico e socio-cultural**: uma experiência educacional com a comunidade do Sítio Coaçu, Solonópole/CE. 2017. 114 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Centro de Humanidades da Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2017.

SILVA, J. D. A. **Processo de produção de um audiodocumentário enquanto estratégia de ensino para favorecer a expressão comunicativa e a sensorialidade**: um estudo com educandos do oitavo ano do Ensino Fundamental de uma escola pública em São José de Solonópole/CE. 2020. 140 f. Dissertação (Mestrado) em Educação, Centro de Educação, Universidade Federal da Paraíba, 2020.

SILVA, J. D. A.; SILVA, N. S. Produção de audiodocumentário em práticas de Educação pela Comunicação: empoderamento comunicativo e responsabilidade social. **Mídia e Cotidiano**, Niterói, v. 13, n. 3, p. 105-120, dez. 2019. Disponível em: <<http://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/38067>> Acesso em: 06 dez. 2019.

SONODOC, Foro de Documental Sonoro en Español. ¿Por qué lo hacemos? **Forosonodoc**, [S.l.], 2020. Disponível em: <<https://forosonodoc.org/index.php/por-que-lo-hacemos/>> Acesso em: 01 fev. 2020.

SPOTIFY FOR BRANDS. Culture Next: As Tendências que definem os Millennials e a Geração Z. **Spotifyforbrands**, [S.l.], 2019. Disponível em: <<https://www.spotifyforbrands.com/pt-BR/culture-next/>> Acesso em: 09 dez. 2019.

VASCONCELOS, M. Brasil é o 2º país que mais consome podcasts no mundo, aponta Spotify. **Jornal O Povo Online**, Fortaleza, nov. 2019. Disponível em: <<https://www.opovo.com.br/noticias/tecnologia/2019/11/01/brasil-e-o-2---pais-que-mais-consome-podcasts-no-mundo--aponta-spotify.htm>> Acesso em: 14 dez. 2019.

VICENTE, E. Em busca do rádio de autor: apontamentos para uma rediscussão crítica da história do rádio no país. **Significação**, São Paulo, v. 38, n. 36, p. 87-100, dez. 2011. Disponível em: <<https://doi.org/10.11606/issn.2316-7114.sig.2011.70918>> Acesso em: 23 mai. 2018.

VICENTE, E. **Gêneros e formatos radiofônicos**. São Paulo: USP, 2013. Disponível em: <<http://www.usp.br/nce/wcp/arq/textos/61.pd>> Acesso em: 12 jun. 2017.

VICENTE, E.; KISCHINHEVSKY, M.; DE MARCHI, L. A consolidação dos serviços de *streaming* e os desafios à diversidade musical no Brasil. **Eptic**, São Cristóvão, v. 20, n. 1, p. 25-42, jan./abr. 2018. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/8578>> Acesso em: 20 mai. 2019.