

CENTRO UNIVERSITÁRIO SAGRADO CORAÇÃO – UNISAGRADO

PAULO ROBERTO PIASSI

PODSABER: UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

BAURU - SP

2024

PAULO ROBERTO PIASSI

PODSABER: UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como parte dos requisitos
para obtenção do título de bacharel em
Jornalismo - Centro Universitário Sagrado
Coração.

Orientadora: Prof.^a Ma. Daniela Pereira
Bochembuzo

BAURU - SP

2024

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP) de acordo com
ISBD

P581p	Piassi, Paulo Roberto PodSaber: um podcast de notícias para jovens / Paulo Roberto Piassi. -- 2024. 66f. : il. Orientadora: Prof.^a M.^a Daniela Pereira Bochembuzo Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Centro Universitário Sagrado Coração - UNISAGRADO - Bauru - SP 1. Jornalismo infanto-juvenil. 2. Produção radiofônica. 3. Educação midiática. 4. Podcast. I. Bochembuzo, Daniela Pereira. II. Título.
-------	---

PODSABER: UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como parte dos requisitos
para obtenção do título de bacharel em
Jornalismo - Centro Universitário Sagrado
Coração.

Aprovado em: ____/____/____.

Banca examinadora:

Prof.^a Ma. Daniela Pereira Bochembuzo
Centro Universitário Sagrado Coração

Prof^a Dra. Érica Cristina de Souza Frazon
Centro Universitário Sagrado Coração

Gustavo da Silva Cândido
Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" - Unesp

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por colocar em minha vida todas as pessoas que mencionarei a seguir. Elas foram fundamentais para que eu chegasse até aqui, não apenas como estudante, mas também como profissional e ser humano.

Aos meus pais, Sandra e Roberto, minha eterna gratidão por acreditarem em mim, por estarem sempre ao meu lado, mesmo que isso significasse estarmos distantes por longas semanas. Obrigado por me ouvirem, por me orientarem a seguir novos caminhos e por me darem o suporte necessário para continuar, sabendo que, caso algo não desse certo, sempre poderia contar com vocês. Vocês são meus alicerces, minhas inspirações e minha força.

Aos meus avós, Odila e José, Clarisse e Egídio, agradeço profundamente por serem os maiores espectadores do jornalismo que eu poderia ter como referência. Alguns de vocês partiram durante esses quatro anos de graduação, ou sequer puderam me ver ingressar no ensino superior, mas sinto que, em cada conquista, tenho vocês comigo. Sempre penso em vocês com carinho, e tenho a certeza de que, onde quer que estejam, estão felizes por mim.

Agradeço também a todos os professores que me guiaram ao longo da vida acadêmica, desde o ensino básico até a graduação. Um agradecimento especial à minha orientadora, Daniela Bochembuzo, que me fez entender e me apaixonar pela comunicação e pelo jornalismo desde as primeiras aulas de teoria da comunicação e rádio. Seu apoio e orientação foram fundamentais para a elaboração deste Trabalho de Conclusão de Curso e para o profissional que sou hoje.

Por fim, não poderia deixar de agradecer aos meus colegas de turma, especialmente a Hellen Strutzel, Maju Gomes e Vitória Navarro. Obrigado por serem companheiras incansáveis e por me apoiarem nos momentos mais difíceis.

RESUMO

A partir da percepção de uma lacuna na oferta de informações jornalísticas acessíveis e atrativas para o público infantojuvenil, este trabalho investiga o uso de podcasts como alternativa eficaz para a divulgação de conteúdo jornalístico voltado a jovens de 11 a 14 anos. O estudo tem como objetivo desenvolver e implementar o podcast **PodSaber**, considerando a necessidade de adaptar linguagem e abordagem para tornar o conteúdo mais envolvente para essa faixa etária. A metodologia envolveu levantamento bibliográfico, análise documental e a criação experimental de conteúdo. O percurso metodológico permitiu conhecer melhor o público, a especialidade jornalística, bem como identificar elementos editoriais adequados ao produto, que foram aplicados aos episódios-piloto. Considera-se que, ao mesmo tempo em que o trabalho demonstra a eficácia dos podcasts como uma mídia adequada aos hábitos de consumo da população juvenil, se mostra uma ferramenta prática que promove a educação midiática e fomenta a consciência crítica na juventude.

Palavras-chave: Comunicação. Jornalismo. Jornalismo infantojuvenil. Produção radiofônica. Podcast.

ABSTRACT

Based on the perception of a gap in accessible and engaging journalistic information for young audiences, this study investigates the use of podcasts as an effective alternative for disseminating journalistic content aimed at youths aged 11 to 14. The study aims to develop and implement the PodSaber podcast, taking into account the need to adapt language and approach to make the content more engaging for this age group. The methodology involved a literature review, documentary analysis, and experimental content creation. The methodological approach provided insights into the target audience, the specialty of youth journalism, and allowed for the identification of editorial elements suitable for the product, which were applied to pilot episodes. It is considered that, while demonstrating the effectiveness of podcasts as a media form suited to the consumption habits of young people, this work also serves as a practical tool that promotes media literacy and fosters critical awareness among youth.

Keywords: Communication. Journalism. Youth Journalism. Radio Production. Podcast.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Página de pesquisa do Spotify desktop	33
Figura 2 – <i>Home</i> do podcast “Saiu no Joca, prô!” no Apple Podcasts <i>online</i>	33
Figura 3 – Home do podcast “Rádio Folhinha” no Spotify	36
Figura 4 – <i>Capas dos episódios do Podsaber</i>	44

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Diretrizes editoriais do “PodSaber”	37
Tabela 2 – Relação de tempo dos episódios do “PodSaber”	43

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	METODOLOGIA E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	17
2.1	O RÁDIO, A CRIANÇA E O JORNALISMO RADIOFÔNICO	21
2.2	O PODCAST NO BRASIL E NO MUNDO	30
3	PROCESSO DE PRODUÇÃO DO PRODUTO	34
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS	46
	REFERÊNCIAS	49
	APÊNDICE A – PAUTA EPISÓDIO 1	53
	APÊNDICE B - PAUTA EPISÓDIO 2	54
	APÊNDICE C - PAUTA EPISÓDIO 3	55
	APÊNDICE D - PAUTA EPISÓDIO 4	56
	APÊNDICE E - ROTEIRO EPISÓDIO 1	57
	APÊNDICE F - ROTEIRO EPISÓDIO 2	61
	APÊNDICE G - ROTEIRO EPISÓDIO 3	67
	APÊNDICE H - ROTEIRO EPISÓDIO 4	73
	APÊNDICE I – LINK EPISÓDIOS	78

1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho busca explorar como um podcast pode ser uma alternativa eficaz para a divulgação de conteúdo jornalístico acessível, atrativo e adequado à linguagem e interesses do público de 11 a 14 anos.

Indivíduos nessa faixa etária, segundo Pope, Romito (2023, p.1), são chamados de pré-adolescentes, idade em que o indivíduo começa a sentir e pensar de maneiras mais maduras.

Nessa perspectiva, para ser acessível, o conteúdo deve ser fácil de compreender para o público-alvo, utilizando expressões e vocabulário que estejam próximos ao dos jovens de 11 a 14 anos. Além disso, deve ser atrativo para capturar e manter a atenção dos pré-adolescentes.

Além disso, esse público pertence à Geração Alpha, composta pelos nascidos a partir de 2010, caracterizada pela hiperconectividade e pelo acesso constante a dispositivos digitais (Meio&Mensagem, 2023).

Essas premissas são implementadas no podcast jornalístico objeto deste trabalho e intitulado "PodSaber: um podcast de notícias para jovens", desenvolvido ao longo do segundo semestre de 2024.

Foi há 20 anos, por volta de 2004, que o podcast surgiu. Isso se deu quando o programador Dave Winer e o ex-VJ da MTV Adam Curry desenvolveram o "iPodder", uma plataforma agregadora de arquivos digitais de áudio disponíveis online, contendo programas que combinavam falas, músicas ou ambos (Freire, 2017, p. 2).

Além dessa circunstância histórica, deve-se entender que o podcast, na realidade, é resultado da convergência de um meio de comunicação de massa já existente e muito popular, o rádio, que, após a popularização dos meios digitais, que simulam um ambiente por meio da tecnologia, tecnologia, converge para a internet. (Ferraretto, 2014).

Assim, Marcelo Kischinhevsky (2011, p. 11, apud Ferraretto, 2014, p. 23) define o podcast com conteúdo jornalístico como uma forma de "rádio expandido", pois utiliza linguagens e recursos do meio tradicional, mas extrapola a base tecnológica inicial, alcançando, neste caso, o virtual e o online.

Ao longo dos anos, os podcasts emergiram como a forma mais popular para o público jovem consumir conteúdo em áudio. Tanto que, em 2020, 24% dos ouvintes de podcasts eram jovens entre 16 e 24 anos, segundo uma pesquisa feita pelo Instituto

Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) para a Pesquisa Globo Podcast (Globo, 2021).

Tal fato se deve às novas gerações serem consideradas "nativas digitais", ou seja, de terem crescido imersas nas tecnologias digitais, o que favoreceu se tornarem proficientes na linguagem dos computadores, videogames e internet (Prensky, 2001, p.1). "Passaram a vida inteira cercados e usando computadores [...] e todos os outros brinquedos e ferramentas da era digital. [...] Hoje são todos "falantes nativos" da linguagem digital dos computadores, videogames e internet".

95% das crianças e adolescentes brasileiros entre 9 e 17 anos possuem acesso à internet, seja em casa ou na escola, de acordo com a Pesquisa CETIC (2023) "TickKids" Online Brasil, realizada entre março e julho de 2023.

Essa constatação respalda a escolha do podcast como meio para se oferecer jornalismo ao público jovem, assim como a linguagem utilizada no meio radiofônico, que é reconhecida pela clareza, precisão e concisão na transmissão de informações (Ferraretto, 2014, p.120), essenciais para a garantia de compreensão e interesse do público, incluindo o segmento jovem.

Pela abrangência, características e diversidade do rádio, o texto jornalístico nesse meio explora ao máximo as possibilidades de se apresentar de forma: (1) clara, permitindo a sua fácil assimilação por qualquer integrante da audiência; (2) precisa, ao retratar o objeto da notícia com exatidão, mas tendo consciência da impossibilidade de ser totalmente imparcial; e (3) concisa, dosando a quantidade de palavras utilizadas, com cada uma delas apresentando significado o mais completo possível para o seu público. (FERRARETTO, 2014, p.120).

Por conta dessas características, o rádio se aproxima do jornalismo, cuja função social é definida por Traquina (2005, p. 129) como a que equipara "os cidadãos com as ferramentas vitais aos exercícios dos seus direitos e voz na expressão das suas preocupações". Assim, é um importante pilar para o exercício da democracia, e o público infantojuvenil, como parte dessa sociedade, também deve ter consciência dessa importância.

A democracia não pode ser imaginada como sendo um sistema de governo sem liberdade, e o papel central do jornalismo, na teoria da democracia é de informar o público sem censura [...] sendo essencial para a troca de ideias e opiniões. (Traquina, 2005, p.22, 23).

Por isso, a faixa etária de 11 a 14 anos, que corresponde à pré-adolescência ou *early adolescence*, segundo Pope, Romito (2023, p.1), foi escolhida como público-alvo deste produto.

É nesse período, entendem os autores, que os indivíduos estão começando a compreender conceitos abstratos e simbólicos, e construindo o pensamento crítico de maneira mais concreta, devido ao desenvolvimento cognitivo mais avançado em relação às outras fases da infância. Além disso, nessa faixa-etária é criada a consciência de que suas escolhas e ações podem ter efeitos a longo prazo.

Essa é a razão pelo que os temas que pautam o podcast “Podsaber” envolvem questões em destaque na mídia e com impacto direto na vida dos jovens ouvintes, como pautas ambientais, tecnológicas, culturais, sociais e científicas.

Essas pautas servem à ideia de produção deste trabalho de conclusão de curso, que partiu do **pressuposto** de que, apesar da grande disponibilidade de conteúdo jornalístico acessível, especialmente na internet, muitas vezes esse material não é apresentado de maneira atraente ou compreensível para a faixa etária infantojuvenil.

Esta pesquisa, então, surge com a **justificativa** de o podcast mostrar-se como uma escolha eficaz para o jornalismo infantojuvenil, por sua capacidade de oferecer uma comunicação direta e envolvente com o público, adaptando-se aos hábitos de consumo de mídia das crianças e adolescentes e permitindo a exploração de temas complexos de forma acessível e cativante.

Adendo a isso, entende-se preliminarmente que o jornalismo infantojuvenil, por meio do podcast, pode se tornar uma ferramenta poderosa para suprir essa demanda, que inclusive é exigida pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA), cujo por lei, Art. 71 apresenta que

A criança e o adolescente têm direito à informação, cultura, lazer, esportes, diversões, espetáculos e produtos e serviços que respeitem sua condição peculiar de pessoa em desenvolvimento. (ECA, 1991, pág. 39).

Além disso, trabalhar com o tema “Jornalismo infantojuvenil” tem relação com a história pessoal deste pesquisador, que atuou como educador musical infantil e que, em sua experiência em sala de aula, percebeu que poucos indivíduos tinham conhecimentos de fatos jornalísticos da atualidade ou, ao menos, sabiam diferenciar a fatos da ficção.

Essa constatação levou a refletir sobre como a falta de acesso a informações adequadas pode comprometer o desenvolvimento crítico dessas crianças, confirmando a necessidade apontada pelo ECA no Artigo 16, Inciso II e no Artigo 71 de garantir o direito à informação apropriada para essa faixa etária.

Dessa forma, o trabalho foi construído tendo como **objetivo principal** desenvolver e implementar um podcast jornalístico, intitulado PodSaber, direcionado ao público juvenil de 11 a 14 anos, como alternativa de divulgação de conteúdo jornalístico acessível, atrativo e adequado à linguagem dessa faixa etária.

Para que o objetivo geral seja alcançado, pretende-se cumprir os seguintes **objetivos específicos**: realizar uma pesquisa bibliográfica em obras já publicadas sobre jornalismo infantojuvenil, produção radiofônica e desenvolvimento infantojuvenil, para embasar teoricamente o desenvolvimento do PodSaber; identificar os elementos essenciais de linguagem e abordagem que tornam o conteúdo jornalístico mais acessível e atraente para o público infantil; e, por fim, produzir episódios pilotos do PodSaber, baseados nas diretrizes editoriais estabelecidas por este pesquisador a partir das ações anteriores.

A relevância deste trabalho se dá além do âmbito acadêmico, pois busca atender a necessidade social da promoção de uma compreensão mais profunda e reflexiva do mundo entre os jovens, capacitando-os a se tornarem cidadãos informados e engajados.

O presente relatório de fundamentação teórica, que compõe o trabalho de conclusão de curso junto do produto, é dividido em cinco capítulos. O primeiro, esta Introdução, apresenta uma visão geral do projeto, abordando o tema do estudo, a problemática de pesquisa, a hipótese formulada, os objetivos gerais e específicos, além da justificativa a respeito da relevância do estudo.

O segundo capítulo é dedicado à base teórica pertinente à criação do PodSaber a partir de uma revisão literária sobre textos já publicados sobre jornalismo infantojuvenil e produção radiofônica, antecedida pela apresentação da metodologia da produção de conteúdo jornalístico em áudio.

Na segunda parte, também se encontra uma análise do público-alvo, através de uma revisão bibliográfica sobre desenvolvimento cognitivo e comportamental das crianças e adolescentes da faixa entre 11 e 14 anos. Esta análise e revisão bibliográfica busca entender as características do público-alvo para que, no

desenvolvimento do quarto capítulo, seja possível adaptar a linguagem e abordagem do PodSaber de forma eficaz ao público-alvo.

O terceiro capítulo aborda, finalmente, o processo de produção e lançamento dos episódios pilotos do PodSaber. São descritas as atividades semanais de pesquisa, elaboração de pautas, gravação e edição dos episódios. Detalham-se, também, os fatores-notícia que resultaram nas escolhas de pautas para os episódios no período de execução.

O quarto e último capítulo, as considerações finais, encerra o trabalho com uma avaliação dos objetivos propostos e do impacto do projeto sobre o desenvolvimento do pesquisador. Os objetivos são revisitados, analisando se foram alcançados de forma satisfatória. Além disso, reflete sobre o aprendizado adquirido ao longo da pesquisa e a contribuição do projeto para a formação acadêmica do autor e para os estudos em comunicação.

Ao final da produção, os benefícios são destinados principalmente aos próprios jovens, a fim de lhes fornecer uma fonte confiável de informação e estimular o desenvolvimento de suas habilidades de pensamento crítico. Além disso, avalia-se que educadores, pais e profissionais de mídia também podem se beneficiar do conhecimento adquirido neste estudo para criar e promover conteúdo jornalístico mais adequado e eficaz para o público jovem.

Espera-se que, ao oferecer uma alternativa atraente e acessível para a divulgação de notícias, o PodSaber tenha o potencial de se tornar uma ferramenta valiosa para promover a educação midiática e o desenvolvimento de uma consciência crítica entre as gerações mais jovens.

2 METODOLOGIA E FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este projeto trata-se de uma pesquisa de natureza exploratória, uma vez que seu caráter experimental, constituído na produção de episódios após uma pesquisa bibliográfica, oportuniza ao pesquisador “experimental, vivenciar e testar métodos e procedimentos para compor e construir arranjos metodológicos sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos” (Bonin, 2008, p.125).

Por meio desse tipo de investigação, segundo Bonin (2008), o pesquisador busca fomentar um pensamento que encoraje tanto a reflexão quanto o autoquestionamento crítico. Dessa forma, favorece-se que os novos conhecimentos complementem as análises prévias sobre o tema e exerçam impacto na percepção do receptor, oferecendo-lhe uma compreensão mais sólida e fundamentada do assunto.

A pesquisa exploratória traz contribuições importantes para a construção investigativa. As pistas relativas ao(s) fenômeno(s) geradas através dela facilitam a construção e a concretização dos problemas/objetos investigados; permitem trabalhar na construção de configurações teóricas sensíveis aos objetos concretos da realidade comunicacional; suscitam o aprofundamento de dimensões teóricas que se revelam importantes na configuração do concreto. (Bonin, 2008, p.125)

Adendo a isso, a classificação do projeto como pesquisa aplicada se faz pertinente, uma vez que, apesar de o objetivo avançar aos conhecimentos teóricos sobre a produção radiofônica de jornalismo infantojuvenil, sua principal finalidade é implementar uma ferramenta prática: o podcast PodSaber.

De acordo com Silva (2015), “a pesquisa aplicada caracteriza-se por seu interesse prático, isto é, os resultados são aplicados ou utilizados, imediatamente, na solução de problemas que ocorrem na realidade” (Silva, 2015, p.50).

No caso deste trabalho, a exploração social se deu a partir de duas metodologias: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental.

Para a execução do primeiro passo, foram apurados materiais já produzidos sobre o tema abordado, seguindo as palavras-chave “jornalismo infantojuvenil”, “produção radiofônica” e “desenvolvimento cognitivo na pré-adolescência”. Esta etapa visou embasar teoricamente o desenvolvimento do PodSaber.

A pesquisa bibliográfica é um apanhado geral sobre os principais trabalhos já realizados, revestidos de importância, por serem capazes de fornecer dados atuais e relevantes relacionados com o tema. O estudo da literatura pertinente pode ajudar a planificação do trabalho, evitar publicações e certos erros, e

representa uma fonte indispensável de informações, podendo até orientar as indagações. (Lakatos, Marconi, 2003, p. 158)

Levando, então, em consideração a importância da pesquisa bibliográfica como um alicerce para a construção de trabalhos científicos, foram utilizadas as seguintes bases teóricas para a produção deste trabalho: Assis & Marques de Melo (2016); Brasil (1991); Brasil, Ministério da Educação (2009); Calabre (2002); CETIC (2023); Comunicação, Empresa Brasil de Rádio Animada (2024); Esteves & Ribeiro (2022); Ferraretto (2014); Ferraretto (2012); Ferreira (2007); Figueiredo & Trinca (2022); Freire (2017); Globo (2021); Herrington (2005); Herschmann & Kischinhevsky (2008); Jago (2019); Javorski (2017); Kaseker (2012); Lakatos & Marconi (2003); Martino (2021); Media, Kantar IBOPE (2024); Papalia, Feldman & Olds (2009); Podcasts, Apple (2024); Sobral (2021); S. Paulo, Folha de (2024); Pope & Romito (2023); Prensky (2001); Schmitz (2020); Silva (2015); Spotify (2024); Traquina (2005); Xavier (2015); Zuculoto (2012).

Em seguida, utilizando o aporte bibliográfico e documental obtido com a execução dos métodos descritos e a fim de se atender a finalidade aplicada, o trabalho partiu para a produção dos quatro episódios pilotos do PodSaber, seguindo as diretrizes editoriais estabelecidas em colaboração com técnicos de produção de áudio do Núcleo Multimídia do Centro Universitário Sagrado Coração, de Bauru – SP, etapa detalhada no capítulo 3.

O percurso exploratório permitiu a este pesquisador chegar a definições e conceitos importantes a este trabalho.

De acordo com Traquina (2005, p. 33), o jornalismo tem como função primordial "informar e educar a sociedade", possibilitando o exercício da cidadania por meio da disseminação de informações verídicas e relevantes.

Sua prática em larga escala teve início no século XIX, com a expansão da prensa, implementada no Ocidente a partir do século XV. Com o advento da tecnologia das rotativas, em meados do século XIX, foi possível a reprodução em massa de textos. No entanto, foi apenas no século XX que o jornalismo se popularizou significativamente, "com a expansão de novos meios de comunicação social, como o rádio e a televisão", que, por suas vezes, abriram fronteiras para o que viria a se tornar o jornalismo on-line (Traquina, 2005, p. 33).

Nesse contexto, consolidou-se o que Schmitz (2020, p. 10) chama de "Cultura Jornalística", definida como um conjunto de práticas, valores e princípios que moldam

a identidade do jornalista, desde suas práticas pessoais até o comportamento nas redações, agora estabelecidas como ambientes profissionais. Durante esse período, o jornalismo também solidificou sua prática em larga escala ao incorporar um modelo de negócios.

Traquina (2005) ressalta que, desde então, o jornalismo exerce uma função crucial na formação de cidadãos informados, contribuindo para a compreensão da realidade e incentivando a participação ativa na vida democrática.

De acordo com a teoria democrática do jornalismo, o autor ainda afirma que a principal missão dessa prática é "fornecer aos cidadãos as informações necessárias para o desempenho das suas responsabilidades cívicas, tornando central o conceito de serviço público como parte da identidade jornalística" (Traquina, 2005, p. 50).

Essa função se fortaleceu com a expansão para os novos meios de comunicação, principalmente o digital, o que permitiu um maior diálogo entre jornalistas e o público.

Com a agregação da tecnologia digital, houve uma transição do jornalismo de informação para o jornalismo de comunicação, quando da troca da máquina de escrever pelo computador, a partir da década de 1980. O jornalismo de comunicação caracteriza-se pelo diálogo com o público e atende às expectativas do cidadão, inserido na lógica da globalização. (Schmitz, 2020, p.11).

Schmitz (2020, p. 12) também destaca os valores do jornalismo que o tornam "mediador da realidade", ao transformar a complexa realidade social do mundo físico em uma versão acessível e compreensível, inclusive para públicos diversos, como as crianças, que podem assimilar essas informações na realidade midiática apresentada pela mídia.

Essa adaptação de conteúdo é relevante, dado que a Constituição Federal de 1988, juntamente com o Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) (Brasil, 1999), reconhece as crianças como sujeitos de direitos, assegurando-lhes a condição de cidadãos plenos e participantes do processo democrático, o que ratifica a importância de informar e educar esse público desde cedo.

O ECA (Brasil, 1999) reforça essa visão ao garantir que todas as crianças e os adolescentes tenham acesso a direitos fundamentais, como educação, saúde, convivência familiar e comunitária, além de proteção integral. Isso inclui o direito à liberdade, à opinião e à expressão, inserindo-os no contexto de uma sociedade que valoriza a participação democrática.

Assim, para Ferreira (2007), o jornalismo voltado para crianças e adolescentes, denominado como infantojuvenil, é uma extensão do papel do ECA de garantir direitos fundamentais às crianças e adolescentes.

Como uma das principais funções do jornalismo é fornecer informações que contribuam para a democracia social, não é justo que as crianças sejam consideradas público secundário, que não merece recebê-las. Como futuro da sociedade, essas crianças não podem e não merecem ser excluídas do contexto informacional. A presença do lúdico e do entretenimento deve ser preservada porque a preferência infantil reside nesses temas que pertencem ao seu cotidiano. (Ferreira, 2007, p.13)

Além disso, observa-se que o público infantojuvenil demonstra interesse por conteúdos jornalísticos. O relatório "TIC Kids Online Brasil", em sua edição 2023, mostrou um engajamento significativo desse público com o consumo de informação online.

A leitura ou visualização de notícias ocupa o terceiro lugar entre as atividades mais realizadas na internet por crianças e adolescentes de 9 a 17 anos (CETIC, 2023). Cerca de 60% desse grupo afirma acessar notícias diariamente pelo computador ou celular, ficando atrás apenas de atividades como "pesquisar por curiosidade ou vontade própria" (66%) e "pesquisar para realizar trabalhos escolares" (82%).

O interesse pelo jornalismo nessa fase pode ser explicado pelas mudanças cognitivas que as crianças experimentam, conforme indicado por CETIC (2023). Essas transformações são especialmente evidentes entre o público-alvo desta produção, composto por crianças e adolescentes de 11 a 14 anos.

A Geração Alpha, composta pelos nascidos a partir de 2010, portanto com idade de 11 a 14 anos em 2024 é a primeira geração a crescer em um ambiente digital totalmente imerso, com acesso contínuo à internet e a dispositivos móveis desde o nascimento.

Segundo o Meio&Mensagem (2023), "a principal característica da gen A é a conectividade com a tecnologia", o que molda suas interações e formas de aprender. Essa geração tende a ser mais independente, com uma "forte curiosidade" e capacidade de buscar informações de maneira autônoma, como, por exemplo, utilizando o Google para sanar dúvidas. Além disso, o consumo de conteúdo digital, especialmente em plataformas visuais e interativas, é predominante entre eles.

Apesar de estar altamente conectada, a Geração Alpha enfrenta o desafio de encontrar um equilíbrio entre a conectividade virtual e o contato físico real. O estudo aponta que, embora sejam "hiperconectados", os integrantes desse grupo também

apresentam tendência ao imediatismo e à dificuldade de concentração devido ao grande volume de estímulos diários.

Para Pope e Romito (2023, tradução nossa), pessoas com essas idades também “começam a perceber que as questões não são apenas claras e definidas, e que a informação pode ser interpretada de diferentes maneiras”¹ ao mesmo tempo em que estabelecem suas próprias identidades e se interessam pelo mundo além do que suas famílias têm a oferecer, buscando novas fontes de informação, nas amizades e até na internet.

Esse contexto também estimula o público jovem a ter acesso a novas formas de comunicação, como o podcast, que muito similarmente a seu ascendente, o rádio, tem linguagem e texto claro, preciso e conciso (Ferrareto, 2014, p. 120).

O relatório *The Podcast Consumer 2024* da Edison Research indica um crescimento significativo no consumo de podcasts, com aumento de 450% desde 2014. Entre as crianças, o interesse por essa mídia também cresce, com 46% das crianças de 6 a 12 anos afirmando já ter ouvido podcasts, sendo que 29% o fizeram no último mês.

2.1 O RÁDIO, A CRIANÇA E O JORNALISMO RADIOFÔNICO

As características referenciadas por Ferrareto (2014) foram possivelmente herdadas ainda do antecessor do rádio, o telegrafo, que já utilizava ondas eletromagnéticas que se propagavam pelo ar, demonstrado pela primeira vez pelo italiano Guglielmo Marconi, em 1894 (Javaroski, 2017, p. 23). A voz com termos completos foi transmitida apenas em 1906 pelo canadense Reggie Fessenden, mas apenas de modo experimental, sem caráter de transmissão em massa.

Há também registros, inclusive anteriores aos citados, que apontam que o padre brasileiro Roberto Landell de Moura teria efetuado em 1893 uma transmissão de mensagens a oito quilômetros de distância por meio de um telefone sem fio. Porém o religioso teria tido seus equipamentos destruídos por falta de apoio, conseguindo registrar a patente da invenção apenas em 1900, no Brasil, e em 1904, nos Estados Unidos (Javaroski, 2017 apud Caduro, 1977).

¹ “Start to see that issues aren't just clear-cut and that information can be interpreted in different ways”.

Como meio de comunicação para as massas, a tecnologia surgiu apenas em 1920, nos Estados Unidos, pela fabricante de eletroeletrônicos Westinghouse, do inventor George Westinghouse Jr..

A primeira empresa a interessar-se pela tecnologia de transmissão por radiofrequência foi a norte-americana Westinghouse, como forma de motivar a venda de seus receptores. O funcionário que estimulou o investimento era um radioamador que emitia da garagem de sua casa um programa musical. Posteriormente, transferiu o estúdio para a empresa, e lá foi inaugurada a primeira emissora profissional, a KDKA, de Pittsburgh, em 1920. No dia 2 de novembro daquele ano, essa emissora transmitiu, durante oito horas seguidas, os resultados das eleições presidenciais dos Estados Unidos. (Javaroski, 2017, p. 24).

Nas redações norte-americanas, exclusivamente dedicadas ao formato impresso na época, o interesse pela nova tecnologia de radiodifusão surgiu de maneira relativamente rápida. Apenas quatro anos após a primeira transmissão profissional de rádio, realizada em 1920, já se observava que cerca de cem jornais haviam adquirido seus próprios equipamentos, estabelecendo suas emissoras (Javaroski, 2017 apud Meditsch, 2007).

No Brasil, o autor explica que há controvérsias quanto ao primeiro registro de radiodifusão de informações.

Para Walter Sampaio (1971), a primeira emissora brasileira foi a Rádio Clube de Pernambuco, atual Rádio Clube AM13, implantada em 1919. Já Mário Ferraz Sampaio (1984) afirma que a primeira rádio só foi fundada em 1923: a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, hoje Rádio MEC. De qualquer forma, reconhece-se que o marco inicial do rádio no Brasil foi a primeira transmissão oficial por ondas hertzianas, que aconteceu em 7 de setembro de 1922, como parte das comemorações do Centenário da Independência, pela Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada por Edgard Roquette-Pinto e Henry Morize. (Javaroski, 2017, p. 25).

No início, as emissoras eram clubes elitistas com membros ricos que financiavam as iniciativas, e o conteúdo era igualmente elitista. Exemplo disso foram as primeiras transmissões da Rádio Sociedade do Rio de Janeiro:

Por meio de 80 receptores importados especialmente para a ocasião, alguns componentes da sociedade carioca puderam ouvir em casa o discurso do Presidente Epitácio Pessoa. [...] Alguns dias depois foram transmitidas óperas diretamente do Teatro Municipal do Rio de Janeiro. (Javaroski, 2017, p. 25).

Mais tarde, com a inserção de propagandas, as emissoras abandonaram o modelo de clubes e passaram a lucrar com a publicidade. Como resultado, reduziram o conteúdo jornalístico para focar em músicas, que atraíam mais ouvintes e facilitavam a recepção de anúncios.

Apenas na década de 1930, a publicidade no meio foi regulamentada. Isso levou as emissoras a se reorganizarem como empresas e a se prepararem para competir no mercado (Javaroski, 2017).

A programação foi adaptada para permitir até 10% de conteúdo publicitário, percentual que atualmente é de 25%, dando, assim, espaço novamente para o conteúdo informativo. Daquele momento em diante, o rádio sofreu mudanças quanto ao seu formato.

Para melhor compreendê-las, Ferraretto (2012) propõe quatro fases para a história do rádio no Brasil: (1) implantação, do final da década de 1910 até a segunda metade dos anos 1930; (2) difusão, de 1930 a 1960; (3) segmentação, do final dos anos 1950 até o início do século 21; e (4) convergência, de meados da década de 1990 até hoje.

Na **Fase de Implantação**, o rádio se consolidou como meio de comunicação, inicialmente acessível apenas a quem podia adquirir os caros aparelhos receptores. As primeiras emissoras eram comunitárias e não comerciais. e a regulamentação da publicidade e a formalização do setor surgiram no fim dessa fase.

Dentro dos valores burgueses, portanto em voga, as irradiações têm pretensão educativo-cultural, incluindo, além de música gravada e ao vivo, até mesmo palestras de cunho científico. Neste quadro, expressões musicais mais populares como samba vão encontrar, de início, resistência para serem veiculadas. Os clubes e sociedades de rádio são orientados, assim, por um associativismo idealista de elite misturado a certo entusiasmo tecnológico: voltada à ilustração dos ouvintes, impõe-se uma perspectiva cultural e científica. (Ferraretto, 2012, p.8)

A **Fase de Difusão** do rádio no Brasil abrange o período do início da década de 1930 até a segunda metade dos anos 1960. Esta etapa é marcada pela expansão do rádio como meio de comunicação de massa e pela influência de seu conteúdo na cultura popular.

Nessa época, a partir dos decretos 20.047 e 21.111, além da propaganda, as concessões de outorgas passaram a ser regulamentadas pelo governo. “Desta forma, ficam definidas as bases do rádio brasileiro: um serviço público, já que sua existência depende do governo federal, mas com possibilidade de exploração comercial” (Ferraretto, 2012, p.11).

Quanto ao conteúdo, no período, a programação das emissoras se diversificou, incluindo humorísticos, novelas, programas de auditório e uma cobertura esportiva mais robusta.

Calabre (2002, p. 78) menciona, por exemplo, que a Rádio Nacional chegou a criar programas de radioteatro de aventura com cerca de 15 minutos de duração. No entanto, o conteúdo era voltado apenas para o entretenimento, com o objetivo de veicular publicidade para esse público, já que, no campo do jornalismo, as crianças não eram diretamente contempladas, "as crianças, na maioria das vezes, acompanhavam com os adultos as audições dos noticiários, dos programas de música e humor".

Segundo Kaseker (2012, p. 50), a audição paralela do rádio pelas crianças, mesmo quando o conteúdo é voltado para o público adulto, desempenha um papel relevante na consolidação desse meio entre as novas gerações, incluindo aquelas que se formavam como ouvintes ao acompanharem seus pais ou responsáveis.

Para a autora, a família representa uma "expressão institucional que faz da experiência da audiência radiofônica algo compartilhado. Os referenciais de leitura não são simplesmente subjetivos e individualizados, mas partem de uma 'comunidade interpretativa'" (supra cit.).

Também neste período, a programação infantojuvenil tomou forma no meio de comunicação. Os programas radiofônicos dedicados às crianças foram comuns até a década de 1960, porém apenas com conteúdo voltado ao entretenimento, como explicam Esteves e Ribeiro (2022):

Nessas décadas, a linha editorial desses programas acompanhou as mudanças e transformações do veículo: começando com propósitos estritamente educativos e, aos poucos, deixando o entretenimento tomar conta. Histórias, músicas e também programas de calouros mirins foram a tônica da programação infantil no rádio das décadas de 1940 a 1960.

Essa programação voltada para o público infantil e juvenil, embora popular e significativa, não resistiu por muito tempo. Com o surgimento da televisão, a partir dos anos 1950, o cenário da comunicação no Brasil começou a se transformar radicalmente, obrigando o rádio a se adequar a uma nova realidade, chegando à nova fase.

A **Fase de Segmentação** do rádio no Brasil, que vai do final da década de 1950 até o início do século 21, é marcada por uma adaptação do rádio diante da crescente influência da televisão.

A chegada da TV, com a primeira transmissão da TV Tupi em 1950, trouxe nova competição para o meio, que precisou se reinventar para manter sua relevância. Durante esse período, o rádio passou a diversificar suas programações para atender

a diferentes nichos de audiência, levando ao surgimento de formatos variados como rádio comunitário, educativo e especializado, além das emissoras comerciais.

Uma vez que as empresas radiofônicas começaram a encarar o fato de que a televisão lhes havia usurpado seu posto como distribuidores de entretenimento geral para as massas, começaram a experimentar novos formatos e descobriram que, coletivamente, podiam abordar por fragmentos o seu público anterior, formulando fortes chamamentos a frações determinadas da população. (Ferraretto, 2012, p.14 apud Honan, 1981, p. 98).

O avanço das tecnologias de transmissão, especialmente a frequência modulada (FM), contribuiu para uma melhor qualidade de som e uma programação mais diversificada, ajudando o rádio a se adaptar às novas demandas do mercado.

Por outro lado, a fixação pelo conteúdo nichado adulto levou os programas infantis à falência, devido também à demanda mais atrativa da TV, que atraía mais o público desta faixa-etária. Tanto que, segundo Esteves e Ribeiro (2022), foi nessa época que os programas para este público basicamente se extinguiram.

Os programas infantis começaram a escassear no rádio brasileiro quando o veículo precisou se reinventar e reduzir custos com a chegada da TV. As emissoras comerciais deixaram de produzir conteúdo para crianças. Pauta que ficou restrita à emissoras educativas, caso da Rádio MEC ou da Rádio da Universidade Federal de Minas Gerais. (Esteves, Ribeiro, 2022).

A Fase de Convergência do rádio no Brasil começa na metade da década de 1990 e segue até a atualidade. É nesse período que acontece a integração de novas tecnologias na produção radiofônica. Também nele as emissoras passaram a utilizar plataformas digitais para alcançar suas audiências, expandindo o acesso ao conteúdo através, por exemplo de streaming online e podcasting.

Nesta fase de convergência, defende-se que o rádio mantém duas características desenvolvidas anteriormente: (1) a possibilidade de recepção da informação enquanto o indivíduo realiza outra atividade; e (2) a capacidade do meio atuar como uma espécie de companheiro virtual, com cada integrante do público recebendo a mensagem como se fosse o único destinatário desta. Ambas são acentuadas por uma particularidade, que remonta à passagem dos grandes aparelhos valvulados – situados, até então, na sala das residências – para os diminutos radinhos de pilha – passíveis de serem transportados com facilidade. Trata-se do que Marcelo Kischinhevsky (2008) chama de cultura da portabilidade, hoje presente no uso de celulares, tocadores de áudio e vídeo, tablets e assemelhados. (Ferraretto, 2012, p.19).

Houve também a intensificação da segmentação da fase anterior, com as emissoras focando ainda mais em nichos e criando conteúdos direcionados a interesses específicos, muito pela influência da internet.

Porém, apesar da diversificação das programações, as crianças e adolescentes seguem não sendo contemplados no rádio, cuja programação continua a focar predominantemente no público adulto, deixando a audiência infantojuvenil desassistida.

Ignorar esse público nas programações viola seus direitos fundamentais previstos no ECA, e na Constituição Federal de 1988, além de excluí-los de seu papel de cidadãos plenos no processo democrático.

Mesmo na Fase de Difusão do rádio, quando a audiência infantojuvenil era assistida pela programação, isso se restringia apenas ao entretenimento, e não ao jornalismo de fato.

Além de Ferraretto (2012), Zuculoto (2012) também classificou as eras do rádio no Brasil, dessa vez tendo apreço à construção dos formatos jornalísticos. Segundo a autora, o radiojornalismo nacional pode ser dividido em seis fases:

A primeira fase, intitulada pela autora como **“O Rádio Pioneiro”**, ocorre entre 1922 e meados da década de 1930, quando a notícia era transmitida de forma muito limitada.

A programação radiofônica estava focada principalmente em cultura e educação, com pouca ênfase ao jornalismo. As notícias eram basicamente cópias dos jornais impressos, sem uma linguagem radiofônica própria.

Pode-se dizer que a notícia é exceção no rádio pioneiro, pois é emitida como cópia pura e simples dos jornais impressos. Também pela precariedade técnica das transmissões. Mesmo os radiojornais de Roquette Pinto, com opinião e interpretação, não chegam a marcar um modelo para a notícia radiofônica brasileira, pois eram igualmente produzidos com base nos impressos e foram superados pelo estilo "Esso" posteriormente. (Zuculoto, 2012, p.27).

Na segunda fase, **“A Era de Ouro”**, que ocorreu entre 1935 e 1955, o jornalismo radiofônico se consolida, especialmente com a chegada do "Repórter Esso" em 1941, que trouxe um modelo inovador de notícia com ênfase na rapidez e precisão.

O Esso “tem suas raízes no padrão radiofônico e jornalístico dos Estados Unidos. E pode ser apontado como o responsável pelo texto e técnicas de produção próprias que a notícia vem construindo ao longo de sua trajetória no Brasil” (Zuculoto, 2012).

Além disso foi responsável por introduzir técnicas de *lead*, com objetividade e clareza. Embora o rádio fosse dominado pelo entretenimento, o jornalismo começou

a ocupar mais espaço na programação, principalmente na cobertura da Segunda Guerra Mundial (1939-1945).

Com a chegada da televisão, o rádio sofreu um declínio, sendo relegado ao papel de "vitrolão", com programação musical predominante. Esta é a terceira fase, segundo a autora, chamada **“O Rádio em Tempos de Televisão”**, que contempla os anos 1950 e 1960.

No entanto,

o avanço da tecnologia, com novidades como o transistor e vários outros equipamentos eletrônicos, constitui-se num dos aspectos históricos que mais influi na trajetória do rádio neste período e, por decorrência, também na sua notícia. (Zuculoto, 2012, p. 30).

O rádio, especialmente o AM, encontrou no jornalismo uma forma de enfrentar a concorrência das FMs, que dominavam o mercado musical entre os anos 1970 e 1980, que a autora chama de **“Desenvolvimento da FM e o Impulso ao Radiojornalismo”**.

O radiojornalismo se expandiu com a prestação de serviços, segmentação de conteúdo e desenvolvimento de redes permanentes. É, nessa época, que surgem formatos de programação mais focados em notícias, como o *All News*.

A quinta fase, que engloba os anos 1990, é classificada **“O Fim da Hegemonia “Esso”: Diversidade de Modelos”**.

Com a digitalização e a globalização, o modelo tradicional de jornalismo radiofônico, marcado pelo "Repórter Esso", perde sua hegemonia e o jornalismo radiofônico é marcado por um amadurecimento, com diferentes formatos de programas, como os de *all news* e *talk and news*, que aumentam o foco em transmissões ao vivo e interatividade misturando conversa com o ouvinte e notícias quase que em tempo real.

Pode-se dizer que, nesta 5ª fase, a notícia radiofônica brasileira definitivamente já encontrou linguagem e técnicas de produção próprias. E no final desta fase, as emissoras de frequência modulada, que começaram apenas dedicadas à programação musical, passam a também fazer jornalismo (Zuculoto, 2012, p. 31, 32)

Com a digitalização completa da produção e a convergência multimídia a partir dos anos 2000, o rádio se reinventa, por fim, na sexta fase, que Zuculoto (2012) chama de **“No Ar e Na Web”**.

O jornalismo radiofônico passa a ser feito também via internet, com transmissões ao vivo, podcasts e maior interatividade. A produção de notícias se torna

mais móvel e dinâmica, acompanhando a velocidade da informação, e o rádio explora novos formatos e linguagens, adequando-se às novas tecnologias e às demandas da audiência contemporânea.

Tanto nas eras do rádio propostas por Ferraretto (2012) quanto por Zuculotto (2012) há uma transmissão geracional do hábito de escutar (Kaseker, 2012). O rádio, nessa perspectiva, em suas diferentes fases, desempenha um papel crucial na perpetuação da cultura ao longo do tempo.

Logo, cada geração estabelece uma relação única com os meios de comunicação disponíveis, o que impacta na forma como interage com a mídia, e em como transmite suas tradições e herança cultural para as gerações futuras.

Enquanto uma geração vivenciou a Era de Ouro do rádio, outra geração está mais ligada à televisão, e a terceira, ao computador pessoal e à internet, que faz da experiência midiática uma unidade de referência. A transmissão cultural ocorre na medida em que novos participantes desse processo surgem, e antigos desaparecem. Assim, os integrantes das diferentes gerações participam de uma seção temporalmente limitada, período em que realizam a transmissão da herança cultural acumulada. Essa transição é um processo contínuo e cada novo indivíduo entra em contato, de forma diferente, com a herança acumulada. (Kaseker, 2012).

Apesar da crescente predominância de outros meios, graças à transmissão geracional mencionada por Kaseker (2012), ainda existem produções voltadas para públicos específicos, como o infantojuvenil.

A autora sugere que a audiência, em vez de desaparecer, tende a se transformar e convergir, adaptando-se aos novos formatos e tecnologias, mantendo vivo o interesse por esse tipo de conteúdo, mesmo em um cenário midiático em constante evolução.

Em setembro de 2024, em pesquisa com o auxílio de computador, este pesquisador realizou uma varredura na internet para analisar a presença de programas de rádio voltados para o público infantojuvenil. A partir do buscador Google e por meio dos verbetes “programas de rádio”, “Jornalismo infantojuvenil” e “Brasil”, observou-se que o público jovem é pouco atendido nas grades de programação das emissoras de rádio e, quando presente, limita-se principalmente a rádios educativas, comunitárias e religiosas, corroborando o que já era esperado de acordo com estudos anteriores.

Entre os exemplos de conteúdos localizados está o programa **"Rádio Matraquinha"**, produzido e transmitido pela Rádio Folha de Pernambuco. Segundo

informações disponíveis no site da emissora, o programa aborda temas como músicas, histórias e informações sobre o universo infantil, além de incluir a participação de crianças.

O programa vai ao ar todo sábado, às 11h, pela Rádio Folha 96,7 FM, e os episódios completos estão disponíveis em plataformas de podcast, que serão detalhadas no item 2.2.

Outro programa que se mantém nas grades de programação é o “**Rádio Animada**”, da Empresa Brasil de Comunicação (EBC). Trata-se de programetes com duração de cerca de 10 minutos, que são veiculados pela frequência AM da emissora Rádio Nacional.

O programa é estruturado em torno de um tema central atual. Além de explicações sobre esse assunto, são apresentadas uma ou duas músicas relacionadas, dependendo da extensão do assunto. Os programetes são transmitidos todo sábado e domingo, às 8h, e estão disponíveis no site da EBC.

Partindo para a esfera mais próxima da abordagem deste projeto, o jornalismo infantojuvenil, há também o programa “**Unespinha**”, da Rádio Unesp de Bauru - SP. Trata-se de uma revista eletrônica que apresenta conteúdo jornalístico informativo, além de músicas relacionadas ao tema de cada episódio.

O programa vai ao ar todo domingo, às 9h, pela FM da emissora e pode ser acessado posteriormente à transmissão em tempo real. Os episódios ficam disponíveis no site da Rádio Unesp, permitindo que os ouvintes possam acompanhar o conteúdo a qualquer momento.

Por fim, durante a varredura, foram encontrados outros programas, porém com menor relevância na programação radiofônica voltada para o público infantojuvenil.

A pesquisa confirmou a premissa de que existem poucos programas radiofônicos direcionados a jovens e crianças, evidenciando a lacuna nesse segmento. Quando se trata de conteúdo de jornalismo infantojuvenil, os produtos radiofônicos se mostram ainda mais escassos.

Além disso, a grande maioria dos programas identificados na pesquisa possuía equivalentes na internet, permitindo que os ouvintes realizem o acompanhamento ao vivo ou acessem episódios gravados em plataformas digitais. Essa transição para o ambiente online ampliou o alcance dos programas e facilitou o surgimento do podcast, que pode ser entendido como um “rádio expandido” (Ferraretto, 2012 apud Kischnehevsky, 2011).

Em suma, o podcast, que será abordado mais a fundo no tópico seguinte, transcende a base tecnológica do rádio tradicional, por se fundamentar na reprodução em tempo real e na transmissão através de ondas hertzianas, substituindo-a pela transmissão via internet, *on-demand*.

2.2 O PODCAST NO BRASIL E NO MUNDO

Neste ponto é importante deixar claro a exemplificação da Cultura da Convergência de Henry Jenkins (2008), que comprova a coexistência da radiodifusão e do podcast.

Para o autor, a Cultura da Convergência se manifesta na interação entre mídias tradicionais e novas, por meio do qual plataformas antigas e novas se influenciam mutuamente e ampliam o alcance do conteúdo. Neste caso, o meio de propagação por ondas Hertzianas e o meio de propagação pelo digital.

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (Jenkins, 2008, p.30).

O Podcast, junção dos termos “pod”, de *Ipod*, reprodutor de Mp3 da Apple, com *broadcast*, do inglês, transmissão (Javaroski, 2017), surge justamente em um período de conversão midiática entre o rádio, a televisão e a internet.

Javaroski (2017) utiliza o Grupo Bandeirantes de Comunicação para exemplificar a convergência prevista por Jenkins (2008) entre os meios, quando programas jornalísticos coexistem nas três plataformas, sendo produzidos de forma que sejam unidades completas de sentido em todas elas.

O programa matutino de rádio da BandNews FM é exibido também na BandNews TV, o canal por assinatura da emissora, e na Band, canal aberto, além da transmissão via streaming pelo site da emissora e pelo Facebook. No período noturno, o Jornal da Band, exibido originalmente na Band, também é transmitido pela Band News FM e pela Band News TV. (Javaroski, 2017, p. 239).

Nesse modelo de convergência midiática, as redações de jornalismo também se tornam integradas, o que facilita a adaptação e experimentação em novos formatos e plataformas.

Esse processo, exemplificado pelo autor, permite que uma mesma equipe jornalística produza conteúdo que pode ser distribuído em diferentes meios, preservando a qualidade e a coerência informativa.

Um exemplo dessa experimentação é o podcast, que já começava a ganhar espaço nos Estados Unidos como um meio alternativo para o consumo de mídia para entretenimento, que aos poucos ganhou formatos para notícias e debates mais aprofundados.

O podcast surgiu em 2004, a partir de inovações no modo de distribuir arquivos de áudio pela internet (Assis, Luiz, 2010). Antes, para ouvir programas de áudio, era necessário acessar sites e baixar manualmente cada nova edição.

Com o crescimento dos dispositivos portáteis de reprodução de áudio, como os players de MP3, surgiram ideias para automatizar esse processo e a solução bem-sucedida foi o uso de agregadores que, por meio da tecnologia de RSS², permitiam o download automático dos arquivos de áudio.

Assim, Podcast é o produto e *podcasting* é um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na internet” (Assis, Luiz, 2010). Ele se diverge do “rádio pela internet” justamente por não ser emitido e reproduzido em tempo real, portanto é um processo fonográfico, e não radiofônico.

E esta é justamente a característica que levou à sua criação. Segundo Javaroski (2017) explica, foi em 2004 que o ex-VJ da MTV Adam Curry e o programador Dave Winer testaram uma tecnologia que permitia ao público baixar arquivos digitais em seus iPods, possibilitando o uso assíncrono, ou seja, sem depender do horário de transmissão.

Isso ofereceu aos usuários mais liberdade e flexibilidade para acessar os conteúdos e emissoras com programação ao vivo quando lhe é mais pertinente, aproveitando essa funcionalidade para criar versões segmentadas e mais curtas de seus programas para o público.

No Brasil, o podcast também teve início em 2004 (Assis, Luiz, 2010), com o primeiro programa, *Digital Minds*, criado por Danilo Medeiros. A proposta do podcast brasileiro seguiu a tendência mundial, oferecendo aos ouvintes a possibilidade de acessar conteúdos de forma prática e flexível, desvinculada do tempo de transmissão.

² RSS é uma tecnologia que distribui automaticamente atualizações de sites. No caso dos podcasts, permite baixar novos episódios automaticamente via agregadores (Assis, Luiz, 2010).

Essa liberdade de criação e o formato segmentado permitiram que os podcasts brasileiros se desenvolvessem com temas diversos, desde tecnologia e cultura até programas sobre esportes, como o *Mundo Palmeiras*, e cultura pop, como o *Nerdcast*.

Para analisar o cenário atual dos podcasts, este pesquisador realizou uma pesquisa online com o auxílio de ferramentas computacionais em setembro de 2024, utilizando os dois principais aplicativos de podcast, conforme os dados mais recentes do IBOPE (2023): Spotify e Apple Podcasts. O Spotify lidera o mercado brasileiro com 25% de participação, seguido pelo Apple Podcasts, com 20%.

Ressalta-se que a seleção dos resultados pode ter sido influenciada pela algoritmização dessas plataformas, refletindo assim os dados obtidos por esse pesquisador.

A pesquisa utilizou as palavras-chave "podcast", "infantojuvenil" e "jornalismo", e revelou a existência de programas voltados ao público infantojuvenil, principalmente no Spotify. No entanto, constatou-se que esses programas não possuíam conteúdo jornalístico factual, aproximando-se mais do formato de infotainment, conceito que, segundo Martino (2021, p. 169), ocorre no jornalismo “quando fatos são submetidos a um tratamento editorial de modo que se pareçam com uma narrativa ficcional”.

Um exemplo disso é o podcast "Coisa de Criança", da Abrace Podcast, lançado em 2018 e encerrado em 2021 após três temporadas. Os episódios, com duração média de 15 minutos, abordavam curiosidades, como em “Para onde vai o lixo?” e “Como nascem os vulcões”.

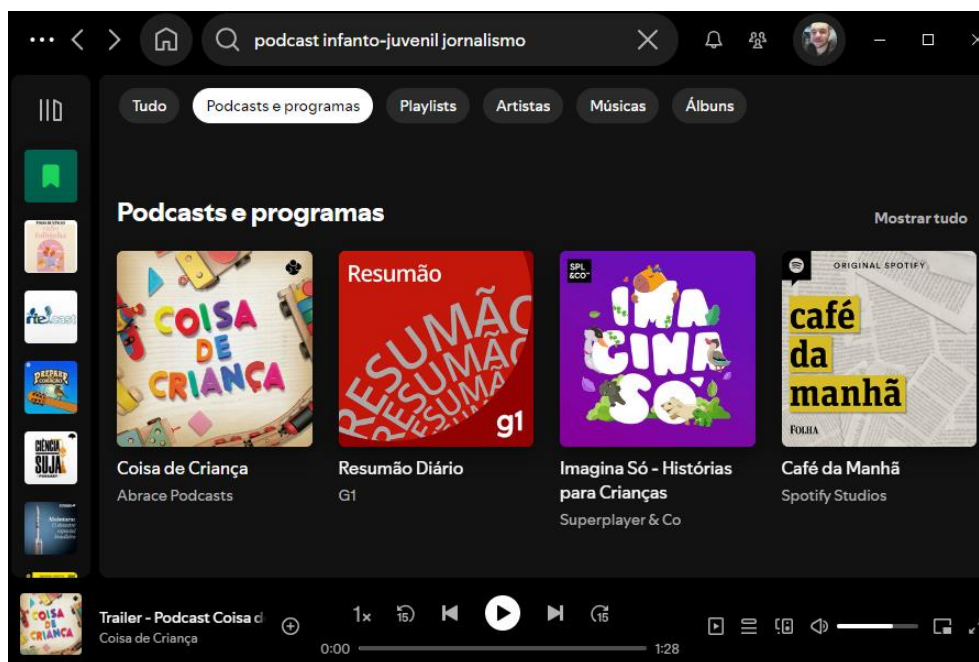
Outro programa identificado foi "Imagina Só – Histórias para Crianças", da Superplayer & Companhia. O podcast apresenta episódios quinzenais de 6 a 15 minutos com elaboração de storytelling, que, segundo Xavier (2015), é arte de contar histórias, utilizando uma narrativa estruturada para transmitir mensagens, valores ou emoções.

Embora também não tenha um caráter estritamente jornalístico, fazendo o uso desta técnica, o produto aborda temas como folclore, biografias de figuras conhecidas e curiosidades diversas. Exemplos de episódios incluem “10 curiosidades – Fundo do Mar”, “A Cigarra e a Formiga” e “The Beatles”.

Durante as buscas por conteúdo infantojuvenil no Spotify, também foram encontrados programas jornalísticos com classificação indicativa livre, como "Café da Manhã", da Folha, e "Resumão Diário", do g1 (Figura 1). No entanto, esses programas

não são voltados especificamente para o público jovem, apesar de serem acessíveis a todas as idades na plataforma.

Figura 1 – Página de pesquisa do Spotify desktop



Fonte: Produzida pelo autor

No aplicativo Apple Podcasts, que é exclusivo para dispositivos da Apple, como iPhones, iPads e computadores com macOS, o único programa de destaque voltado ao tema foi "Saiu no Joca, Prô" (Figura 2). Embora trate de jornalismo infantojuvenil, o podcast funciona mais como um guia para professores utilizarem o Jornal Joca – um veículo impresso voltado para crianças e adolescentes – em sala de aula, e não tem o público infantojuvenil como seu destinatário direto. O último episódio foi lançado em junho de 2022.

Figura 2 – Home do podcast “Saiu no Joca, prô!” no Apple Podcasts online



Fonte: Produzido pelo autor

Uma das principais constatações desta pesquisa é que, mesmo quando existem, os podcasts voltados para crianças e adolescentes tendem a ser descontinuados após um período relativamente curto. Um exemplo é o "Rádio Folhinha", da Folha de S. Paulo, encontrado após uma busca mais aprofundada em ambas as plataformas. Esse programa, que apresentava episódios de aproximadamente 15 minutos e discutia temas atuais com ganchos jornalísticos, foi encerrado em junho de 2022, após a produção de apenas oito episódios.

Vale destacar que o "Rádio Folhinha" serviu como uma das referências para a produção prática deste trabalho, o "Podsaber", cuja criação e desenvolvimento estão detalhados no Capítulo 3.

3 PROCESSO DE PRODUÇÃO E PRODUTO

Como parte dos objetivos desta pesquisa, detalhados no capítulo 1, está a produção dos quatro episódios do "Podsaber", que foram executados em outubro de 2024.

Trinca e Figueiredo (2022) sugerem que os podcasts convergiram de forma que podem ser desenvolvidos em duas grandes categorias e subdivididos em quatro formatos distintos, como indicado a seguir.

A primeira categoria é a dos **podcasts conversados**, cujo programa se caracteriza por ser um diálogo entre duas ou mais pessoas. Dentro dessa categoria, existem dois subformatos: o **mesacast**, que apresenta um diálogo que segue um assunto central, mesmo com a presença de convidados, focando em um tema específico, e a **entrevista**, que coloca o centro do diálogo na pessoa entrevistada, sendo que os assuntos podem ser diversos, mas a formação e a história de vida dessa pessoa são essenciais para o andamento do episódio.

A segunda categoria é a dos **podcasts seriados**, que se baseiam em uma narração seguindo um roteiro bem estruturado. Nesta categoria, os subformatos incluem o **jornalístico**, em que a narração segue uma pauta com um tema ou assunto específico como fio condutor, permitindo a aparição de vozes de fora que atuam como fontes de informação, e o **narrativo**, que apresenta um fio condutor baseado em uma história, com personagens bem definidos que executam diversas ações ao longo do programa. O subformato narrativo pode ainda ser dividido em histórias **de realidade**, cuja história contada é real, e **histórias ficcionais**, cuja narrativa é uma ficção.

Os podcasts jornalísticos, por sua vez, seguem as classificações dos gêneros jornalísticos, que se aplicam em outros formatos (Trinca, Figueiredo, 2022, apud Bufarah, 2020), podendo ser **informativos**, apresentando notícias e atualizações rápidas, diretas e curtas; **opinativos**, em que jornalistas e especialistas discutem temas, oferecendo suas análises e opiniões; **interpretativos**, que exploram questões de forma mais profunda, ajudando a esclarecer contextos e nuances; **diversionais**, que proporcionam entretenimento por meio de histórias ou entrevistas leves; e **utilitários**, que oferecem dicas e orientações práticas (Marques de Melo, Assis, 2016).

Portanto, seguindo a classificação de podcasts de Figueiredo e Trinca (2022) e de gêneros jornalísticos de Marques de Melo e Assis (2016), o “Podsaber” é um podcast conversado, do tipo entrevista, com o gênero interpretativo como predominante, pois busca aprofundar a compreensão de temas relevantes ao público, abordando questões contemporâneas de forma detalhada e reflexiva, instigando o público-alvo a exercer seu papel ativo na democracia, como referenciado no capítulo um como objetivos do produto desta pesquisa.

A multiplicidade de aplicações dos podcasts criou um amplo espaço para que plataformas e produtores se consolidem no mercado de streaming de áudio. Em uma analogia com o precursor do podcast, o rádio, as plataformas podem ser comparadas às frequências hertzianas AM e FM, enquanto os produtores se assemelham às

emissoras que criam e distribuem seus conteúdos radiofônicos. Assim, as plataformas funcionam como veículos de transmissão, possibilitando que os produtos criados pelos produtores cheguem a um público.

Em pesquisa com auxílio de computador realizado por este pesquisador em setembro de 2024, as plataformas Spotify, Globoplay, Apple Podcasts e Google Podcasts foram analisadas.

O Spotify, originalmente uma plataforma de streaming de música, emergiu como um dos principais players no mercado de podcasts em 2015, oferecendo tanto conteúdo de terceiros quanto produções originais de sua própria equipe.

O Globoplay, plataforma de streaming da Globo, começou a agregar conteúdos de TV em 2019 e passou a produzir e distribuir seus próprios podcasts. Já as plataformas Apple Podcasts e Google Podcasts atuam principalmente como agregadores de conteúdo desse tipo, permitindo que os usuários acessem uma variedade de podcasts em um único lugar.

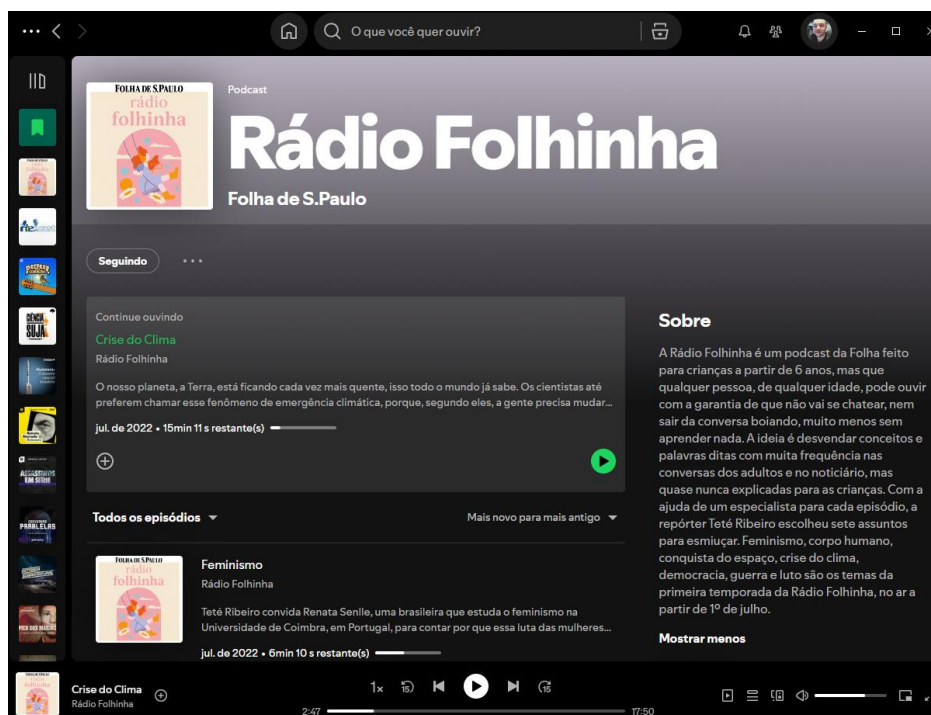
Na pódosfera da produção de podcasts, há também os produtores, que são organizações que criam e desenvolvem o conteúdo para ser divulgado na plataforma. No Brasil, exemplos são a B9, conhecida por seus podcasts focados em cultura, comunicação e negócios; a Rádio Novelo, que se destaca por suas produções narrativas e documentais; e a Rádio Guarda-Chuva, que oferece produções jornalísticas.

Nesse contexto, há também o fenômeno dos podcasts originais, quando plataformas como Spotify e Globoplay desenvolvem seus próprios conteúdos ou financiam parceiros para produzir conteúdo exclusivo para aquela plataforma.

Aqui, ressalta-se que na pesquisa realizada não foram encontrados podcasts infanto-juvenis originais, nem no Spotify nem no Globoplay. O conteúdo jornalístico mais relevante foi o do podcast “Rádio Folhinha”, do veículo jornalístico “Folha de S. Paulo” (Figura 3).

O podcast “Rádio Folhinha”, produzido pela Folha de S. Paulo, é voltado para crianças a partir dos seis anos (Folha, 2024), porém é acessível para pessoas de todas as idades. O objetivo é elucidar conceitos e termos comumente usados em conversas adultas e no noticiário de maneira clara e instrutiva para crianças.

Figura 3 – Home do podcast “Rádio Folhinha” no Spotify



Fonte: Produzido pelo autor.

Os episódios discutem uma variedade de assuntos, incluindo feminismo, corpo humano, crise climática, democracia, conflitos e luto, sempre contando com a assistência de profissionais especializados. A primeira e única temporada estreou em julho de 2022 e foi conduzida pela jornalista Teté Ribeiro.

Definido então o gênero do “Podsaber” e descritas as referências, parte-se para a produção dos quatro episódios de aproximadamente 10 minutos cada do “Podsaber”, executados em outubro de 2024.

Para facilitar a descrição das pautas e a montagem dos episódios, foi elaborado um quadro de diretrizes editoriais que orienta todo o processo de produção do *PodSaber*. Essas diretrizes foram criadas para garantir que cada episódio siga uma linha consistente, tanto no conteúdo quanto na forma de apresentação e estão apresentadas na tabela 1.

Tabela 1 – Diretrizes editoriais do “PodSaber”

Nome	PodSaber: um podcast de notícias para jovens
Formato	Podcast jornalístico infantojuvenil
Público-alvo	Pré-adolescentes de 11 a 14 anos
Objetivo	Informar e educar adolescentes sobre temas essenciais, desmitificar conceitos e incentivar a participação crítica e consciente na sociedade democrática.
Duração	10-15 minutos
Periodicidade	Episódios semanais
Gênero e estilo	Podcast jornalístico interpretativo de conversas dinâmicas com especialistas, utilizando linguagem clara e adaptada ao público-alvo. Produção de pautas focadas em questões de interesse juvenil e impacto social.
Linha Editorial	Conteúdo jornalístico educativo com foco em temas de interesse social e cívico, adaptado para a linguagem e interesses de adolescentes.
Sinopse (Sobre)	PodSaber é um podcast de notícias feito especialmente para jovens de 11 a 14 anos. Toda semana, trazemos de forma clara e leve conversas sobre temas importantes, como política, meio ambiente, tecnologia e cidadania. No PodSaber, os jovens aprendem sobre o mundo, descobrem como funciona a sociedade e ainda se preparam para tomar decisões mais conscientes.

Fonte: Produzida pelo autor (2024).

A partir disso, o primeiro episódio, "**O que é o Jornalismo**", tem como objetivo explicar para os jovens o papel do jornalismo na sociedade, seu impacto na disseminação de informações, sua contribuição para a democracia e importância de identificar boas fontes de informação evitando *Fake News*. Esse episódio também serve como uma introdução ao formato do podcast, apresentando ao ouvinte a conteúdos jornalísticos de maneira acessível e atraente.

A pauta do segundo episódio, "**Prefeitos e Vereadores**", foi escolhida em razão das eleições municipais de 2024, que ocorreram no início de outubro, durante a produção dos episódios.

Esse tema busca explicar aos jovens como funciona a administração pública nas cidades, destacando o papel de prefeitos e vereadores, e como suas decisões impactam diretamente a comunidade, a fim de enfatizar a importância da participação política desde cedo.

O terceiro episódio, "Incêndios Florestais," explora a crise climática, destacando os incêndios que atingiram o Estado de São Paulo em setembro de 2024, intensificados pelo calor extremo e pela seca prolongada. Somente neste período, o estado registrou mais de 75 mil focos de incêndio, segundo o Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) (Brasil, 2024).

O último episódio da série de pilotos, "A Inteligência Artificial Veio para Ficar", apresenta o conceito de inteligência artificial e como ela já está integrada ao cotidiano de todos, desmistificando a IA, explicando seus benefícios e desafios e seus impactos na educação e na sociedade.

Após a escolha do assunto da semana, partiu-se para a produção da pauta que, segundo Ferrareto (2014, p. 182), "deve conter as informações básicas para o repórter realizar seu trabalho com segurança". Ou seja, é um instrumento jornalístico que funciona como

um breve resumo do assunto; questões às quais a reportagem pretende responder; nomes, cargos, telefones, endereços e outras referências básicas disponíveis da fonte; indicação do que já foi feito (no caso de suítes); quando necessário, a linha editorial da emissora a respeito do assunto em pauta. (Ferrareto, op. cit.)

As pautas descritas anteriormente podem ser consultadas na íntegra no Apêndice deste documento.

A produção seguiu com a seleção de uma fonte, que, segundo Smith (2020), pode ser: **oficial**, alguém em cargo público que representa a autoridade e fornece informações de interesse público, embora possa distorcer a realidade; **empresarial**, que é um empresário ou representante de uma corporação que busca preservar sua imagem na mídia; **institucional**, que representa organizações sem fins lucrativos ou grupos sociais que mobilizam a sociedade em torno de uma causa.

Fontes **populares**, que se manifestam como cidadãos comuns buscando reivindicar direitos; **notáveis**, que são figuras reconhecidas por talento ou fama que

falam de suas experiências; **testemunhais**, que relatam eventos que presenciaram, sendo consideradas portadoras da verdade; **especializadas**, que são peritos ou especialistas que analisam as consequências de acontecimentos; e, por fim, fontes **referenciais**, que incluem documentos ou mídias consultados pelos jornalistas para fundamentar suas narrativas.

Nos episódios pilotos que contemplam esse trabalho, as fontes são, em sua totalidade, fontes especialistas para assegurar uma análise fundamentada e profunda sobre os temas abordados.

No primeiro episódio, "O que é o Jornalismo," Mayra Ferreira, jornalista, professora e pesquisadora, foi escolhida por sua experiência no campo do jornalismo e da educação, além de suas pesquisas em comunicação com públicos infantojuvenis e sua atuação como membro do COLO - Coletivo de Jornalismo Infantojuvenil, o que a torna uma fonte especialista para explicar o papel do jornalismo na sociedade e a importância de fontes confiáveis de informação.

No segundo episódio, "Prefeitos e Vereadores", o convidado é o Professor Me. Fábio José de Souza, advogado e professor de Direito dos cursos de graduação da Universidade do Sagrado Coração (Unisagrado), com expertise em administração pública e direito eleitoral. Ele traz uma análise sobre o funcionamento da administração pública municipal, principalmente em razão das eleições municipais de 2024.

Para o terceiro episódio, "Incêndios Florestais", a fonte escolhida foi a coordenadora das Fazendas de Ensino Pesquisa e Extensão da Universidade Estadual Paulista (Unesp) de Botucatu Cyntia Ludovico Martins. Ela foi selecionada por que as Fazendas da Unesp foram alvos de queimadas recentes e, com sua experiência na área das ciências biológicas, pôde contribuir com explicações técnicas de como o ano de 2024 foi atípico para as influências climáticas.

No quarto episódio, "A Inteligência Artificial Veio para Ficar", Marcelo Bueno, jornalista, professor dos cursos de comunicação e tecnologia do Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac) e Universidade do Sagrado Coração (Unisagrado), mestre em Mídia e Tecnologia e doutorando em Comunicação, foi selecionado por seu conhecimento especializado na área de Inteligência Artificial.

Executadas as pautas e selecionadas as fontes, chega-se, então, à realização das entrevistas para a composição dos episódios. As entrevistas foram realizadas de forma remota pela plataforma de videoconferências "Google Meet", que resultou em

uma qualidade de áudio menos favorável, mas que se mostrou como único caminho viável, tendo em vista a disponibilidade de locomoção das fontes e reduzido tempo de produção para cada episódio.

O áudio das conversas, por sua vez, foi gravado pelo software de gravação de tela OBS Studio, resultando em arquivos de áudio e vídeo das entrevistas.

Com as entrevistas prontas, partiu-se para a edição do episódio. Para Herington (2005), “marcar a melhor entrevista e perguntar as questões corretas é apenas o começo da arte de entrevistar. Encontrar a essência da história e editá-la da formar correta é também uma arte.”.

Os entrevistados foram contactados pelo WhatsApp, onde foi explicado o objetivo do trabalho e os temas que cada um abordaria. Após a explicação inicial, foi combinada uma data para as entrevistas, que ocorreram de forma virtual.

Na sequência da abordagem, ao entrar no ambiente virtual, o entrevistador cumprimentou os participantes e reiterou o propósito da entrevista, reforçando o escopo e as expectativas. Em seguida, deu-se início à aplicação das perguntas estipuladas na pauta. Durante o decorrer da entrevista, outras perguntas foram inseridas, conforme necessário, para expandir ou esclarecer informações adicionais. A interação entre entrevistador e entrevistado transcorreu de maneira fluida e amigável, favorecendo um clima de confiança.

Ao total, foram captadas cerca de duas horas e vinte minutos de entrevistas brutas. Esse material audiovisual foi extraído e convertido para somente áudio por meio de um software de edição, cuja descrição segue adiante.

A edição dos episódios teve como base o software de edição de áudio Adobe Audition 2021, que oferece captação de áudio em multicanal, edição de formas de onda de áudio, edição de gravação multipista e renderização de áudio multiformato, permitindo diferentes composições sonoras em camadas, combinando várias peças de áudio para etapas, como mixagem, efeitos e organização do projeto (Jago, 2019).

Em um primeiro momento, foi realizada a curadoria de conteúdo em áudio obtido nas entrevistas. Para isso, foram abertas sequências de edição individuais no software Adobe Audition, onde o áudio bruto das entrevistas foi agregado para que os melhores trechos fossem cortados.

Nesse processo, optou-se por não realizar uma decupagem (transcrição) completa do material, o que agilizou a produção e resultou em um produto mais fiel à realidade. Isso porque a decupagem convencional muitas vezes não considera

aspectos como entonação de voz e respiração dos entrevistados, fatores importantes para a escolha dos trechos, além do conteúdo em si.

As gravações também foram processadas com *plug-ins* de equalização e masterização de áudio, pois a maioria dos entrevistados não dispunha de microfones profissionais. Esses *plug-ins* se mostraram ferramentas eficazes para melhorar a qualidade dos áudios e redução de ruídos.

Após a seleção dos trechos das entrevistas, iniciou-se a roteirização dos episódios, sempre levando em consideração o público-alvo do podcast. Foram então escritos textos para gravações em *off*, realizadas pelo apresentador, que também é o pesquisador deste projeto.

As sonoras selecionadas resultaram em um total de 28 minutos de áudio, enquanto o tempo total de gravações em *off* foi de 26 minutos. Esses roteiros podem ser consultados no Apêndice B. Esse processo de edição e roteirização, em comparação com o material bruto de duas horas e vinte minutos de entrevistas, ajudou a condensar e direcionar as informações para atender ao formato e à proposta do podcast.

Esses textos gravados posteriormente incluíram perguntas feitas aos entrevistados, que na maioria dos casos foram apenas regravadas na íntegra ou com pequenas alterações. Também foram gravados trechos explicativos sobre as falas dos entrevistados, uma vez que muitos tinham dificuldade em utilizar uma linguagem simples, considerando o público-alvo do Podsaber.

Os trechos de *off* foram adicionados às sequências em que as sonoras foram cortadas, seguindo o roteiro previamente elaborado. Em seguida, passou-se à escolha das trilhas sonoras para os episódios.

Devido às leis de direitos autorais vigentes no Brasil, foram selecionadas trilhas "brancas", ou seja, sem direitos autorais, encontradas nas plataformas Mixxit e Pixabay, com disponibilidade para download e uso gratuito em produções. A escolha dessas trilhas foi feita por meio de palavras-chave específicas para cada episódio. Por decisão do pesquisador, a identidade do podcast estaria no formato e na identidade visual (descrita posteriormente), enquanto a trilha sonora seria exclusiva de cada episódio, visando criar uma ambientação adequada ao tema abordado.

As trilhas não possuem nomes, então segue a relação das palavras-chave usadas nas buscas, em sua maioria em inglês devido ao idioma das plataformas: para o Episódio 1, "O que é o Jornalismo", foram usadas as palavras "*Kids*", "*Fun*" e "*News*";

para o Episódio 2, "Prefeitos e Vereadores", as palavras "*Elections*", "*City*" e "*Children*"; no Episódio 3, "Incêndios Florestais", as palavras foram "*Environment*", "*Eco*" e "*Background*"; e para o Episódio 4, "A Inteligência Artificial Veio para Ficar", foram utilizadas "*Technology*", "*Future*" e "*AI*".

Foram dedicadas cerca de 1 hora para a seleção de conteúdos de sonoras por episódio, totalizando 4 horas para os 4 episódios. Além disso, foram investidos entre 40 a 50 minutos de roteirização por episódio, e 1 hora de edição do material já cortado, roteirizado e gravado por episódio. Dessa forma, o tempo total de produção e edição por episódio foi de aproximadamente 2 horas e 30 minutos. Esses tempos totais refletem apenas a produção, edição e roteirização dos episódios, não incluindo o tempo gasto na elaboração das pautas e no contato com as fontes.

Tabela 2 – Relação de tempo dos episódios do “PodSaber”

Episódio	Tema	Tempo total do episódio	Tempo de material de entrevista bruto
Episódio 1	O que é jornalismo	10 min 29 seg	30 min
Episódio 2	Prefeitos e Vereadores	9 min 50 seg	35 min
Episódio 3	Incêndios Florestais	9 min 16 seg	40 min
Episódio 4	A Inteligência Artificial Veio para Ficar	12 min 12 seg	45 min

Após a finalização e exportação dos produtos editados, os episódios foram agregados à plataforma de áudios SoundCloud, permitindo sua veiculação online. Após aprovação, os episódios também serão publicados no Spotify, visando alcançar um público ainda maior e expandir a difusão do conteúdo do **PodSaber**.

Para aprimorar a identidade visual do PodSaber e atrair a atenção do público, o profissional de designer gráfico Gianluca Longarini foi contratado para a criação da capa utilizada nos episódios. A decisão de contratar um profissional especializado foi tomada com o objetivo de garantir uma identidade visual profissional e atraente, que contribuísse para a consolidação da marca do podcast no mercado.

O designer recebeu como briefing a Tabela 1, contendo as diretrizes editoriais do PodSaber. Essa escolha foi devidamente justificada pela necessidade de um trabalho gráfico que acompanhasse a qualidade e o conteúdo do projeto, sendo acatada pela orientadora do trabalho. A Figura 4 mostra o resultado entregue.

Figura 4 – Capa dos episódios do Podsaber



Fonte: Gianluca Longarini (2024)

A identidade foi replicada a cada episódio e o título apenas foi alterado entre as publicações dos episódios. Isto porque as capas dos episódios também desempenham papel crucial na promoção do podcast nas plataformas digitais, facilitando a identificação e o reconhecimento do programa em meio a outros conteúdos disponíveis.

A contratação do profissional de design tem custos, assim como a produção de cada episódio, que envolve a manutenção de equipamentos e licença de softwares, por exemplo. Assim, para garantir a sustentabilidade financeira do projeto **PodSaber**, foi desenvolvida uma estratégia de distribuição e publicidade dos episódios, com o objetivo de ampliar o alcance do podcast e atrair patrocinadores, apoiadores e ouvintes dispostos a contribuir para a continuidade do projeto. A implementação dessa estratégia busca gerar receitas que cubram os custos de produção e ajudem a manter o projeto em funcionamento a longo prazo.

A legislação em vigor proíbe a publicidade dirigida ao público infantil, conforme estabelecido no artigo 37 do Código de Defesa do Consumidor (Brasil, 1990). Diante dessas restrições, uma alternativa é o financiamento coletivo.

Essa abordagem envolve a mobilização de ouvintes e simpatizantes do projeto para contribuírem financeiramente em troca de recompensas, como brindes exclusivos, acesso antecipado a episódios ou conteúdo extra. O financiamento coletivo seria sustentado por pais ou responsáveis dispostos a apoiar o projeto devido às suas iniciativas educativas para seus filhos. Por fim, os links para a audição dos episódios estão disponíveis no Apêndice C.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A execução deste trabalho, que envolveu uma combinação de pesquisa bibliográfica e aplicada, culminando na criação de quatro episódios-piloto do podcast infantojuvenil intitulado *PodSaber*, demonstrou que o formato de podcast pode, de fato, ser uma alternativa eficaz para a disseminação de conteúdo jornalístico acessível, atrativo e adequado ao público de 11 a 14 anos.

Esse público, familiarizado com o consumo de conteúdo digital, pode encontrar no podcast uma plataforma adequada, tanto pela facilidade de acesso quanto pelo formato *on-demand*, o que favorece a interação com o conteúdo no momento mais conveniente para o ouvinte.

Além disso, ao explorar essa faixa etária, é possível observar o respeito aos direitos à informação e à participação democrática, previstos pela legislação brasileira, como garantido pelo Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA).

Uma das hipóteses testadas e confirmadas durante a execução deste projeto foi a de que o jornalismo infantojuvenil ainda é carente de representatividade tanto nos meios radiofônicos tradicionais quanto nas plataformas de podcast. Uma pesquisa bibliográfica sobre as eras do rádio e uma análise contemporânea das plataformas de podcasts evidenciaram essa lacuna, ratificando a pertinência e relevância deste trabalho.

Assim, o podcast surge como um meio de continuidade e evolução do rádio, em termos técnicos e como um espaço com potencial para preencher essa lacuna, oferecendo informações relevantes e adequadas a esse público jovem.

O *PodSaber* também provou ser uma escolha acertada ao focar no público de 11 a 14 anos, período em que os jovens estão no Ensino Fundamental e em um estágio de desenvolvimento cognitivo mais avançado.

De acordo com teorias de desenvolvimento humano estudadas durante a produção do trabalho, é nessa fase que as habilidades de pensamento crítico começam a se consolidar, o que torna este um momento crucial para oferecer conteúdo que desperte o interesse pelo jornalismo e pela compreensão do mundo ao seu redor.

No entanto, um dos desafios identificados durante a produção dos episódios foi a dificuldade de adaptação da linguagem para esse público, conforme relatado pelos entrevistados para a produção dos episódios e percebido por este pesquisador.

A escolha dessa faixa etária, com maior capacidade de entendimento de temas mais complexos, se mostrou mais viável do que tentar abordar faixas etárias mais jovens, nas quais a adaptação da linguagem seria ainda mais desafiadora.

Esse ponto revela uma oportunidade para futuras pesquisas, que poderão se concentrar na análise do impacto e da recepção do *PodSaber* junto ao público infantojuvenil, buscando refinar as técnicas de comunicação, linguagem e abordagem jornalística aplicadas nos episódios-piloto.

Além de fornecer subsídios para outros pesquisadores e profissionais de mídia interessados em produzir conteúdo jornalístico voltado ao público infantojuvenil, esta pesquisa gerou reflexões valiosas para este pesquisador em termos de crescimento profissional.

Já inserido no mercado de trabalho como repórter do Portal g1 do Grupo Globo, este pesquisador passou a refletir sobre como o jornalismo infantojuvenil poderia ser integrado às atividades de uma empresa que, até o momento, não oferece conteúdos especificamente voltados para esse público.

Outro aspecto importante identificado durante o desenvolvimento deste trabalho foi a relevância das disciplinas cursadas ao longo do curso de Jornalismo para a concretização do projeto.

As aulas de Produção em Mídia Sonora e Audiovisual forneceram a base necessária para o desenvolvimento de formatos e escrita voltados ao meio radiofônico, enquanto as disciplinas de Edição de Áudio e Vídeo forneceram as técnicas essenciais para a edição de podcasts utilizando softwares como os do pacote Adobe.

Além disso, as aulas de Cultura e Semiótica ajudaram a estruturar melhor o conceito e o sentido do projeto, permitindo que os episódios tivessem uma unidade temática clara, ao mesmo tempo que mantinham sua distinção individual.

Por fim, este trabalho resultou em três principais contribuições para os campos científico e jornalístico: uma análise bibliográfica sobre a história do rádio e do podcast, evidenciando a negligência em relação ao público infantojuvenil; o desenvolvimento de uma estrutura editorial que permite a replicação de novos episódios do programa *PodSaber*; e a produção de quatro episódios-piloto neste formato, que, como mencionado, abre caminho para futuros aprimoramentos com base em um estudo de recepção ainda não realizado por este pesquisador.

O pesquisador tem a expectativa de dar continuidade a este trabalho, explorando o projeto em futuras investigações acadêmicas, como mestrado, pós-graduação e doutorado. Uma vez postados nas plataformas os primeiros episódios, dependendo da audiência e do tempo hábil, pretende-se continuar produzindo episódios, mesmo que não com a periodicidade semanal inicialmente planejada.

Esse projeto se conecta profundamente com a trajetória de vida do pesquisador, que, embora não tenha nutrido desde a infância o desejo de seguir a área de comunicação, se apaixonou pelo jornalismo durante a graduação.

Sua vivência como professor de música para crianças, nos primeiros anos da graduação, também influenciou sua escolha temática, com o desejo de desenvolver um trabalho voltado para o público infantojuvenil.

Assim, o trabalho não só representa a realização de um objetivo acadêmico, mas também uma sensação de dever cumprido, resgatando um sonho antigo que se concretiza agora, alinhando sua experiência com a comunicação e a educação de crianças.

REFERÊNCIAS

ASSIS, Francisco de. MARQUES DE MELO, José. **Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório**. Intercom, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/interc/a/YYXs6KPXhp8d7pRvJvnRjDR/?format=pdf> Acesso em: 29 set. 2024.

BRASIL, Agência. Registro de queimadas em setembro é 30% maior que a média do mês. Guilherme Jeronymo, 2024. Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/meio-ambiente/noticia/2024-09/registro-de-queimadas-em-setembro-e-30-maior-que-media-do-mes#:~:text=Os%20dados%20indicam%20que%20essa,para%2075%20mil%20em%202024>. Acesso em 12 nov. 2024.

BRASIL. **Estatuto da Criança e do Adolescente**. Lei 8.069/90. São Paulo, Atlas, 1991.

BRASIL. Lei nº. 8.078, de 11 de setembro de 1990. **Código de Defesa do Consumidor. Dispõe sobre a proteção do consumidor e dá outras providências**. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L8078.htm

BRASIL. Ministério da Educação. **Ensino Fundamental de Nove Anos: passo a passo do processo de implantação**. 2009. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/passo_a_passo-versao_atual_16_setembro.pdf> Acesso em 02 abr. 2024

CALABRE, Lia. No Tempo do Rádio: Radiodifusão e Cotidiano no Brasil. Niterói: UFF, 2002. Disponível em: https://www.historia.uff.br/stricto/teses/Tese-2002_AZEVEDO_Lia_Calabre-S.pdf Acesso em 19 set. 2024.

CASTNEWS. The Podcast Consumer 2024. Disponível em: [https://www.castnews.com.br/the-podcast-consumer-2024-2/#:~:text=Crian%C3%A7as%20e%20Gen%20Z,sobre%20problemas%20sociais%20\(61%25\)](https://www.castnews.com.br/the-podcast-consumer-2024-2/#:~:text=Crian%C3%A7as%20e%20Gen%20Z,sobre%20problemas%20sociais%20(61%25)). Acesso em: 6 dez. 2024.

CETIC – CENTRO REGIONAL DE ESTUDOS PARA O DESENVOLVIMENTO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO. **Tic Kids online Brasil 2023: Principais resultados**. São Paulo, 2023. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_kids_online_brasil_2023_principais_resultados.pdf. Acesso em 26 mar. 2024.

COMUNICAÇÃO, Empresa Brasil de, **Rádio Animada**. Disponível em: <http://www.ebc.com.br/rádios/radio-animada>. Acesso em: 21 de set. de 2024.

ESTEVES, Alessandra; RIBEIRO, Adriana. **Cem anos do rádio no Brasil: os programas para crianças**. Radioagência, 2022. Disponível em: <<https://agenciabrasil.ebc.com.br/radioagencia-nacional/cultura/audio/2022-07/cem-anos-do-radio-no-brasil-os-programas-para-criancas>> Acesso em 13 set. 2024.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

FERRARETTO, Luiz Artur. Uma proposta de periodização para a história do rádio no Brasil. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação da Comunicação e da Cultura**, São Cristóvão, v. 14, n. 2, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufs.br/epic/article/view/418>. Acesso em: 11 set. 2024.

FERREIRA, Mayra Fernanda. **Infância em papel: o jornalismo infantil no interior**. Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r0769-2.pdf> > Acesso em ago. 2024.

FIGUEIREDO, Simone Pallone de. TRINCA, Mayra Deltreggia. **Formatos de Podcasts: uma nova proposta de classificação baseada em estruturas**. Intercom, 2022. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2022/resumo/0805202217352562ed7f0dc794c.pdf> Acesso em: 2 set. 2024.

FREIRE, Eugênio P. A. **Podcast: breve história de uma nova tecnologia educacional**. Educação em Revista, Marília, v.18, n.2, p. 55-70, Jul.-Dez., 2017. Disponível em <https://doi.org/10.36311/2236-5192.2017.v18n2.05.p55> Acesso em 28 mar. 2024.

GLOBO. **Podcast e a Crescente Presença entre os Brasileiros**. Rio de Janeiro: Globo Gente, 2021. Disponível em: <<https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>> Acesso em 11 nov. 2024

HERRINGTON, Jack D; **Podcasting Hacks: Tips & Tools for Blogging Out Loud**. 1ª ed. Sebastopol, CA: O'Reilly, 2005.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **A "geração podcasting" e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento**. Revista Famecos. V. 15, Ed. 37, P.101-106. 2008. <<https://revistaseletronicas.pucrs.br/revistafamecos/article/view/4806>> Acesso em 20 mar. 2024.

JAGO, Maxim. **Adobe Audition CC: The oficial training workbook from Adobe**. 2ª ed. San Jose, CA: Adobe Systems Incorporated, 2019.

JAVORSKI, Elaine. **Radiojornalismo: do analógico ao digital**. 1. ed. Curitiba: Intersaberes, 2017. *E-book*. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br>. Acesso em: 10 set. 2024.

KASEKER, Monica Panis. **Modos de ouvir: a escuta do rádio ao longo de três gerações**. Curitiba, PR: Champagnat, 2012.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARTINO, Luís Mauro Sa. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. 6. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2021.

MEDIA, Kantar IBOPE. **90% dos brasileiros consomem algum formato de áudio, como Rádio, streaming ou podcast.** Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/pt-br/noticias/90-dos-brasileiros-consomem-algum-formato-de-audio-como-radio-streaming-ou-podcast>. Acesso em: 21 set. de 2024.

MEIO&MENSAGEM. **Geração Alpha: características e hábitos de consumo dos nascidos após 2010,** 2023. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/proxima/geracao-alpha>>. Acesso em: 09 de dez. de 2024.

MIXKIT. **Free Stock Music.** Disponível em: <https://mixkit.co/free-stock-music/>. Acesso em out. 2024

PAPALIA, Diane E; FELDMAN, Ruth Duskin; OLDS, Sally Wendkos. **Desenvolvimento humano.** 10ª ed. São Paulo: McGraw - Hill, 2009

PIXABAY. **Músicas sem direitos de autor.** Disponível em: <https://pixabay.com/pt/music/> Acesso em out. 2024.

PODCASTS, Apple. Disponível em: <https://www.apple.com/br/apple-podcasts/> . Acesso em 21 set. 2024.

SOBRAL, Gabriela. **A rádio Matraquinha desta semana ensina a criançada sobre os principais ritmos pernambucanos.** Folha de Pernambuco, Recife, 6 nov. 2021. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/radio-folha/a-radio-matraquinha-desta-semana-ensina-a-criancada-sobre-os/204758/>. Acesso em: 21 set. 2024.

S. PAULO, Folha de. **Rádio Folhinha.** Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/podcasts/radio-folhinha/> Acesso em: 28 set. 2024.

POPE, John; ROMITO, Kathleen. **Teen Growth and Development: milestones for ages 11 to 14.** Healthwise. 2023. Disponível em: <<https://www.healthlinkbc.ca/pregnancy-parenting/parenting-teens-12-18-years/teen-growth-and-development/milestones-ages-11-14>> Acesso em 01 abril. 2024

PRENSKY, Marc. **Nativos Digitais, imigrantes digitais.** 2001. Tradução: Roberta de Moraes Jesus de Souza. Disponível em: <https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2015/06/texto1nativosdigitaisimigrantesdigitais1-110926184838-phpapp01.pdf> Acesso em 20 mar. 2024.

Schmitz, Aldo. **Manual de jornalismo.** Livro Eletrônico. Florianópolis: Combook, 2020.

SILVA, Airton Marques da. **Metodologia da pesquisa.** 2ª ed. Fortaleza: EdUECE, 2015.

SPOTIFY. Disponível em: <https://open.spotify.com>. Acesso em 21 set. 2024.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são como são**. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

XAVIER, Adilson. **Storytelling: Histórias que deixam marcas**. 1ª ed. Rio de Janeiro: Best Business, 2015

ZUCULOTO, Valci Regina Mousquer. **No ar: a história da notícia de rádio no Brasil**. Florianópolis, SC: Insular, 2012.

APÊNDICE A – PAUTA EPISÓDIO 1 – “O QUE É O JORNALISMO”

PROGRAMA: Podsaber – um podcast de notícias para jovens

RETRANCA: O que é o jornalismo?

REPÓRTER: Paulo Piassi

DATA: 16/10/2024

RESUMO:

Este episódio de estreia explicar o conceito de jornalismo e refletir sobre como a área tem evoluído. A entrevista deve buscar aproximar o público jovem do jornalismo, promovendo a compreensão sobre o que é uma informação de qualidade e discutindo as perspectivas para o futuro da comunicação.

ANGULAÇÃO/ENFOQUE:

A conversa será conduzida para explorar o significado e o papel do jornalismo na sociedade contemporânea, entender como o público pode avaliar a qualidade das informações e discutir os desafios e caminhos futuros da profissão. O objetivo é despertar no público jovem o interesse por temas jornalísticos e promover uma visão crítica da informação.

FONTE/SUGESTÃO DE PERGUNTAS

Fonte: Mayra Ferreira

Contato: (16) 99785-6424

Endereço: Conferência on-line pela plataforma Google Meet.

Perguntas:

1. O que é o jornalismo?
2. Como saber se um conteúdo jornalístico é de qualidade?
3. Para onde o jornalismo está caminhando?
4. Que mudanças você acredita que ainda virão na área?

APÊNDICE B – PAUTA EPISÓDIO 2 – “PREFEITOS E VEREADORES”

PROGRAMA: Podsaber – um podcast de notícias para jovens

RETRANCA: Prefeitos e Vereadores

REPÓRTER: Paulo Piassi

DATA: 21/10/2024

RESUMO:

Este episódio deve esclarecer como funcionam as eleições municipais e explicar o papel dos prefeitos e vereadores. A conversa também deve abordar a importância da participação política e o funcionamento dos três poderes no Brasil, com foco no envolvimento dos jovens nesse processo.

ANGULAÇÃO/ENFOQUE:

O episódio busca aproximar o público jovem do processo eleitoral, explicando de forma clara a função dos representantes municipais e a importância da participação política. A entrevista deve oferecer orientações sobre como cada poder atua e incentiva a conscientização desde cedo.

FONTE/SUGESTÃO DE PERGUNTAS

Fonte: Fábio José de Souza

Contato: (14) 99772-4188

Endereço: Conferência on-line pela plataforma Google Meet.

Perguntas:

1. Qual é a diferença entre as eleições municipais e federais?
2. Quais são as principais funções de prefeitos e vereadores?
3. Como os vereadores atuam para representar a população?
4. Como funcionam os três poderes no Brasil?
5. Qual é a importância da participação política dos jovens?

APÊNDICE C – PAUTA EPISÓDIO 3 – “INCÊNDIOS FLORESTAIS”

PROGRAMA: Podsaber – um podcast de notícias para jovens

RETRANCA: Incêndios Florestais

REPÓRTER: Paulo Piassi

DATA: 21/10/2024

RESUMO:

Este episódio trata sobre a crise ambiental e os incêndios florestais que afetaram o estado de São Paulo em setembro de 2024. A discussão abrange as causas desses incêndios, os danos causados à fauna e flora, e as ações que podem ser tomadas, tanto individualmente quanto coletivamente, para amenizar os impactos da crise climática.

ANGULAÇÃO/ENFOQUE:

O episódio busca aumentar a conscientização sobre a crise ambiental, esclarecendo as consequências dos incêndios florestais e enfatizando a responsabilidade de cada um na preservação do meio ambiente. A conversa também destaca a importância das decisões políticas nesse contexto.

FONTE/SUGESTÃO DE PERGUNTAS

Fonte: Cyntia Ludovico Martins

Contato: (14) 98114-4194

Endereço: Conferência on-line pela plataforma Google Meet.

Perguntas:

1. Quais foram as principais causas dos incêndios florestais recentes em São Paulo?
2. Que danos os incêndios causaram à fauna e flora da região?
3. O que tornou este ano atípico em relação a incêndios?
4. Quais ações podemos tomar para minimizar os impactos dessa crise climática?
5. Como as decisões políticas influenciam a preservação ambiental?

APÊNDICE D – PAUTA EPISÓDIO 4 – “A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL VEIO PARA FICAR”

PROGRAMA: Podsaber – um podcast de notícias para jovens

RETRANCA: Incêndios Florestais

REPÓRTER: Paulo Piassi

DATA: 18/10/2024

RESUMO:

Este episódio trata sobre a presença da inteligência artificial (IA) em nosso cotidiano e suas implicações. A discussão aborda a origem da IA, seu funcionamento, e os benefícios e riscos associados ao seu uso, destacando a importância de compreender e explorar essa tecnologia.

ANGULAÇÃO/ENFOQUE:

O episódio visa desmistificar a inteligência artificial, esclarecendo seu impacto no dia a dia e levantando questões sobre a dependência e os riscos envolvidos. O objetivo é incentivar os ouvintes a se familiarizarem com a tecnologia e suas aplicações práticas.

FONTE/SUGESTÃO DE PERGUNTAS

Fonte: Marcelo Bueno

Contato: (14) 98136-3403

Endereço: Conferência on-line pela plataforma Google Meet.

Perguntas:

1. Quando e como a inteligência artificial começou a se desenvolver?
2. Quais são os principais tipos de aplicações da inteligência artificial que usamos no dia a dia?
3. Como a inteligência artificial pode ser benéfica em áreas como biologia e medicina?
4. Quais os riscos da dependência da inteligência artificial no cotidiano?
5. Como podemos explorar mais a inteligência artificial de forma responsável?

APÊNDICE E – ROTEIRO EPISÓDIO 1 – “O QUE É O JORNALISMO”**LAUDA 1**

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR : PAULO PIASSI

ASSUNTO: O QUE É O JORNALISMO

OI, PESSOAL. // TUDO BEM? //

EU SOU PAULO PIASSI, ESTUDANTE DE JORNALISMO E APRESENTADOR AQUI DO PODSABER. //

UM POUCO DIFERENTE DO QUE PARECE ÓBVIO, EU NEM SEMPRE GOSTEI TANTO DE JORNALISMO QUANTO EU GOSTO AGORA. //

QUANDO EU ERA MAIS NOVO EU ATÉ ASSISTIA AO JORNAL NA TELEVISÃO COM MEUS PAIS E TENTAVA ENTENDER O QUE ESTAVA ESCRITO NO JORNAL IMPRESSO QUE CHEGAVA NA CASA DA MINHA AVÓ TODO DIA. //

MAS SEI LÁ, NUNCA ACHEI QUE AQUILO ERA PARA MIM. // NUNCA ME CHAMOU ATENÇÃO. //

ANOS DEPOIS, POR ACASO, POR SORTE OU DESTINO, ACABEI ENTRANDO PARA A FACULDADE DE JORNALISMO E ME APAIXONANDO PELA COMUNICAÇÃO. //

MAS UMA COISA SEMPRE ME INCOMODOU: POR QUE NÃO TEM CONTEÚDO JORNALÍSTICO PARA AS PESSOAS MAIS JOVENS? ATÉ PARECE QUE ESSE PESSOAL NÃO PODE SABER DAIS COISAS. //

ACHO QUE VOCÊ JÁ ENTENDEU QUE ASSIM SURTIU O PODSABER, UM PODCAST DE NOTÍCIAS ESPECÍFICO PARA OS JOVENS. //

VAMOS LÁ? //

LAUDA 2

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR : PAULO PIASSI

ASSUNTO: O QUE É O JORNALISMO

ANTES DA GENTE MERGULHAR NOS EPISÓDIOS SOBRE ATUALIDADES QUE ESTARÃO DISPONÍVEIS PARA VOCÊS TODA SEMANA EM TODOS OS TOCADORES DIGITAIS. / NADA MAIS JUSTO DO QUE ENTENDER O QUE A GENTE VAI FAZER AQUI. //

NÃO É UM BATE-PAPO, NEM HISTÓRIAS DE CRIMES, NEM CONTOS DE FADAS. // É VIDA REAL, É JORNALISMO. //

NESSE PRIMEIRO EPISÓDIO EU CONVERSO COM JORNALISTA MAYRA FERREIRA. //

[SONORA 1]

TEMPO TOTAL: 00:37

D.I. – “OLÁ, EU SOU A JORNALISTA MAYRA FERREIRA...

D.F. – ...JORNALISMO COM CRIANÇAS E ADOLESCENTES”

ELA VAI ME AJUDAR A EXPLICAR PARA VOCÊS O QUE É O JORNALISMO. //

PROFESSORA MUITO OBRIGADO POR ACEITAR O CONVITE DE PARTICIPAR DO PRIMEIRO EPISÓDIO DO PODSABER, E EU JÁ COMEÇO COM UMA PERGUNTA CURTA, MAS ACHO COMPLEXA, PORQUE ESSA DEFINIÇÃO MUDOU UM POUCO DE ANTIGAMENTE PARA HOJE. //

O QUE É O JORNALISMO? //

LAUDA 3

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR : PAULO PIASSI

ASSUNTO: O QUE É O JORNALISMO

[SONORA 2]

TEMPO TOTAL: 03:21

D.I. – “ENTÃO, JORNALISMO É, EU SEMPRE VI...

D.F. – ...UMA INFORMAÇÃO DE QUALIDADE”

E AÍ, MAYRA, COMO QUE OS ESPECTADORES, QUEM CONSOME ESSE JORNALISMO, PODE CHEGAR À CONCLUSÃO DE QUE ELE É DE QUALIDADE? //

[SONORA 3]

TEMPO TOTAL: 02:49

D.I. – “ENTÃO, NÓS TEMOS AS AGÊNCIAS DE CHECAGEM...

D.F. – ...QUE TODO CIDADÃO DEVE TER”

E, A GENTE JÁ FALOU DE O JORNALISMO MUDOU COM O PASSAR DO TEMPO, E ACREDITO QUE ELE VAI CONTINUAR MUDANDO, NÉ? // ONDE O JORNALISMO VAI CHEGAR, AONDE ELE QUER CHEGAR? //

[SONORA 4]

TEMPO TOTAL: 00:47

D.I. – “EU ACHO QUE O JORNALISMO QUER CHEGAR...

D.F. – ...A COMUNICAÇÃO E O DIREITO À INFORMAÇÃO”

MAYRA, MUITO OBRIGADO PELO SEU TEMPO, PELAS SUAS RESPOSTAS. //

E PARABÉNS PELO TRABALHO NO JORNALISMO. //

LAUDA 4

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR : PAULO PIASSI

ASSUNTO: O QUE É O JORNALISMO

É ISSO, PESSOAL. // ESPERO QUE VOCÊS TENHAM GOSTADO TANTO QUANTO EU E ESTEJAM EMPOLGADOS PARA OS PRÓXIMOS EPISÓDIO COMO EU. //

TODA SEMANA VAMOS TRAZER TEMAS ATUAIS, SEMPRE PENSANDO NO QUE IMPORTA PARA VOCÊ, JOVEM. //

NÃO ESQUECE DE ASSINAR O PODCAST NA SUA PLATAFORMA FAVORITA E COMPARTILHAR COM OS AMIGOS. //

EU SOU PAULO PIASSI, FICAMOS POR AQUI E NOS VEMOS NO PRÓXIMO EPISÓDIO DO PODSABER. //

ATÉ MAIS. //

APÊNDICE F – ROTEIRO EPISÓDIO 2 – “PREFEITOS E VEREADORES”**LAUDA 1**

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR: PAULO PIASSI

ASSUNTO: PREFEITOS E VEREADORES

OI, PESSOAL! // TUDO BEM?//

EU SOU O PAULO PIASSI, E QUE BOM QUE VOCÊ ESTÁ AQUI DE VOLTA NO PODSABER! //

SEMANA PASSADA, A GENTE FALOU UM POUQUINHO SOBRE O QUE É O JORNALISMO, QUE, ALIÁS, É O QUE A GENTE PRODUZ AQUI NO PODSABER. //

SE VOCÊ NÃO OUVIU AINDA, RECOMENDO VOLTAR LÁ E OUVIR A MINHA CONVERSA COM A JORNALISTA MAYRA FERREIRA. MAS, FICA TRANQUILO, TERMINA ESSE EPISÓDIO AQUI PRIMEIRO. //

HOJE, A GENTE VAI FALAR DE UM ASSUNTO QUE MUITAS VEZES FICA MEIO ESQUECIDO E SÓ APARECE NA NOSSA CABEÇA A CADA DOIS OU QUATRO ANOS: ELEIÇÕES! //

MAIS ESPECIFICAMENTE, AS ELEIÇÕES MUNICIPAIS QUE ESTÃO ROLANDO AGORA, EM OUTUBRO DE 2024. //

VAMOS LÁ? //

NESSE EPISÓDIO EU CONVERSO COM O ADVOGADO FÁBIO DE SOUZA. //

[SONORA 1]

TEMPO TOTAL: 00:10

D.I. – “BOM, MEU NOME É FÁBIO JOSÉ DE SOUZA...

D.F. – ...ESPECIALIZAÇÃO E MESTRADO EM DIREITO”

LAUDA 2

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR: PAULO PIASSI

ASSUNTO: PREFEITOS E VEREADORES

O FÁBIO FOI MEU PROFESSOR NA FACULDADE, ENTÃO, POR COSTUME, DE VEZ EM QUANDO VOCÊ VAI ME OUVIR CHAMANDO ELE DE "PROFESSOR", TÁ? FORÇA DO HÁBITO! //

PROFESSOR, OBRIGADO POR TOPAR PARTICIPAR AQUI COM A GENTE NO PODSABER! //

EU COMENTEI ALI NA INTRODUÇÃO QUE O TEMA "ELEIÇÕES" MUITAS VEZES É ESQUECIDO E SÓ VEM À TONA A CADA DOIS ANOS, JÁ QUE TEMOS ELEIÇÕES MUNICIPAIS E FEDERAIS DE FORMA ALTERNADA. //

ENTÃO, PRA COMEÇAR, EXPLICA PRA GENTE QUAL É A DIFERENÇA ENTRE ELAS E QUEM A GENTE ELEGE EM CADA UMA? //

[SONORA 2]

TEMPO TOTAL: 01:08

D.I. – “A GRANDE DIFERENÇA EU ACRETIO QUE SEJA...

D.F. – ...FORAM ELEIÇÕES MUITO SIGNIFICATIVAS”

AGORA, FALANDO DAS ELEIÇÕES MUNICIPAIS, É LEGAL A GENTE ENTENDER O QUE FAZEM, NA PRÁTICA, OS PREFEITOS E VEREADORES QUE A GENTE ESCOLHE. //

EU ATÉ BRINCO QUE, QUANDO A GENTE VOTA, É COMO SE ESTIVESSE "CONTRATANDO" ESSAS PESSOAS PARA CUIDAR DA NOSSA CIDADE. //

O QUE FAZ EXATAMENTE O PREFEITO E OS VEREADORES? //

LAUDA 3

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR: PAULO PIASSI

ASSUNTO: PREFEITOS E VEREADORES

[SONORA 3]

TEMPO TOTAL: 00:34

D.I. – “SERIA MUITO LEGAL QUE A MOÇADA...

D.F. – ...PENSAR ISSO DA FORMA MAIS AMPLA POSSÍVEL”

AQUI UM PARÊNTESE: QUANDO O FÁBIO FALA QUE O PREFEITO CUIDA DE TUDO "DA FORMA MAIS AMPLA POSSÍVEL", É BOM LEMBRAR QUE ELE NÃO FAZ ISSO SOZINHO. //

O PREFEITO TEM OS SECRETÁRIOS MUNICIPAIS, QUE CUIDAM DAS CHAMADAS SECRETARIAS, OU PASTAS, COMO TAMBÉM SÃO CONHECIDAS. //

NÃO. / NÃO SÃO SECRETARIAS COMO AS DA ESCOLA, OU DO DENTISTA, POR EXEMPLO./ SÃO SETORES LIDERADOS POR PESSOAS QUE, EM TEORIA, SÃO ESPECIALISTAS EM ALGUMAS ÁREA, COMO: SECRETARIA DO ESPORTE, DA CULTURA, DA SAÚDE, DO TURISMO...//

[SONORA 4]

TEMPO TOTAL: 00:25

D.I. – “EXATO, TEM SEUS SECRETÁRIOS...

D.F. – ...O PREFEITO ESTÁ TRABALHANDO”

E OS VEREADORES? DIFERENTE DO PREFEITO, QUE É SÓ UM, OS VEREADORES SÃO VÁRIOS E TÊM UM PAPEL SUPER IMPORTANTE NA CÂMARA MUNICIPAL. //

EXPLICA PARA A GENTE QUAL É EXATAMENTE O TRABALHO DELES? //

LAUDA 4

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR: PAULO PIASSI

ASSUNTO: PREFEITOS E VEREADORES

[SONORA 5]

TEMPO TOTAL: 01:00

D.I. – “BOM, E AÍ O PODER LEGISLATIVO...

D.F. – ...DE QUE FORMA ISSO ESTÁ ACONTECENDO”

UMA PONTE, ENTÃO, ENTRE A POPULAÇÃO E A PREFEITURA? //

[SONORA 6]

TEMPO TOTAL: 00:50

D.I. – “MUITO...

D.F. – ...IMPORTANTÍSSIMA ENTRE O PREFEITO”

SE VOCÊ ESTÁ OUVINDO A GENTE E AINDA NÃO TEM 16 ANOS, SAIBA QUE VOCÊ AINDA NÃO PODE VOTAR. //

MAS, SE JÁ TEM 16, VOCÊ JÁ PODE PARTICIPAR DAS ELEIÇÕES! E, DEPOIS DOS 18, O VOTO É OBRIGATÓRIO, OU SEJA, VOCÊ TEM QUE VOTAR OU JUSTIFICAR O MOTIVO DE NÃO TER IDO. //

O LEGAL É QUE DÁ PARA PARTICIPAR DA VIDA POLÍTICA DA SUA CIDADE DESDE BEM CEDO. / AS SESSÕES DA CÂMARA, POR EXEMPLO, SÃO ABERTAS AO PÚBLICO E GERALMENTE ACONTECEM NAS SEGUNDAS-FEIRAS.//

OUTRO PONTO QUE EU PEDI PARA O FÁBIO EXPLICAR É SOBRE OS TRÊS PODERES QUE EXISTEM NO BRASIL E QUE A GENTE ATÉ JÁ FALOU NESSE EPISÓDIO. //

LAUDA 5

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR: PAULO PIASSI

ASSUNTO: PREFEITOS E VEREADORES

O EXECUTIVO, LEGISLATIVO E JUDICIÁRIO. // PROFESSOR FÁBIO, POR FAVOR.//

[SONORA 7]

TEMPO TOTAL: 00:35

D.I. – “PERFEFITO, ENTÃO NÓS TEMOSO ...

D.F. – ...EM ÂMBITO MUNICIPAL”

O LEGISLATIVO, QUE É ONDE ENTRAM OS VEREADORES. //

[SONORA 8]

TEMPO TOTAL: 00:26

D.I. – “BOM, E AÍ O PODER LEGISLATIVO...

D.F. – ...QUESTÃO RELACIONADA COM OS VEREADORES”

POR ÚLTIMO, A GENTE TEM O JUDICIÁRIO, QUE É O ÚNICO DOS TRÊS PODERES PRO QUAL A GENTE NÃO VOTA DIRETAMENTE. //

[SONORA 9]

TEMPO TOTAL: 00:31

D.I. – “E NO JUDICIÁRIO...

D.F. – ...DO PODER JUDICIÁRIO”

E AÍ, CURTIU O EPISÓDIO DE HOJE? ESPERO QUE TENHA APRENDIDO UM POUCO MAIS SOBRE COMO FUNCIONAM AS ELEIÇÕES E O PAPEL DOS NOSSOS REPRESENTANTES MUNICIPAIS. //

NÃO ESQUECE DE SEGUIR O PODSABER NA SUA PLATAFORMA FAVORITA E DE COMPARTILHAR ESSE EPISÓDIO COM SEUS AMIGOS, HEIN? //

LAUDA 6

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR: PAULO PIASSI

ASSUNTO: PREFEITOS E VEREADORES

EU SOU O PAULO PIASSI, FICO POR AQUI, E A GENTE SE VÊ NO PRÓXIMO EPISÓDIO DO PODSABER. //

ATÉ MAIS! //

APÊNDICE G – ROTEIRO EPISÓDIO 3 – “INCÊNDIOS FLORESTAIS”**LAUDA 1**

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOS: PAULO PIASSI

ASSUNTO: INCÊNDIOS FLORESTAIS

OI, PESSOAL! // TUDO BEM? //

EU SOU O PAULO PIASSI, E QUE BOM QUE VOCÊ ESTÁ AQUI DE VOLTA NO PODSABER! //

HOJE, A GENTE FALA SOBRE UM ASSUNTO UM POUCO MAIS SÉRIO, QUE PRECISA DE MUITA ATENÇÃO: A CRISE NO MEIO AMBIENTE. //

PODE SER QUE, ATÉ UM OU DOIS ANOS ATRÁS, A GENTE NÃO PERCEBESSE TANTO NO DIA A DIA O QUANTO O NOSSO PLANETA ESTÁ PEDINDO SOCORRO. //

BEM, AGORA, RECENTEMENTE, EM SETEMBRO DE 2024, A GENTE VIU O ESTADO DE SÃO PAULO SENDO ATINGIDO POR INCÊNDIOS DEVASTADORES. //

MATAS, FLORESTAS E ANIMAIS SENDO DESTRUÍDOS POR FOCOS QUE SE ESPALHARAM RAPIDAMENTE, AFETANDO NÃO SÓ O MEIO AMBIENTE, MAS TAMBÉM A VIDA DE MUITA GENTE. //

EVENTOS CLIMÁTICOS COMO ESSE, QUE PARECIAM COISA DE FILME, AGORA SÃO REALIDADE. //

E A GENTE FICA SE PERGUNTANDO: O QUE ESTÁ ACONTECENDO? POR QUE TANTAS MUDANÇAS TÃO RÁPIDAS? / E O MAIS IMPORTANTE: TEM ALGUMA COISA QUE A GENTE PODE FAZER PRA TENTAR REVERTER OU, PELO MENOS, AMENIZAR OS EFEITOS DESSA CRISE CLIMÁTICA? //

LAUDA 2

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOS: PAULO PIASSI

ASSUNTO: INCÊNDIOS FLORESTAIS

NO EPISÓDIO DE HOJE, EU VOU CONVERSAR COM A CYNTHIA MARTINS. //

[SONORA 1]

TEMPO TOTAL: 00:03

D.I. – “MEU NOME É...

D.F. – ...CYNTHIA LUDOVICO MARTINS”

A CYNTHIA É PROFESSORA E SUPERVISORA DAS FAZENDAS DA UNESP DE BOTUCATU. //

ESSAS ÁREAS SÃO COMO VERDADEIROS LABORATÓRIOS A CÉU ABERTO, ONDE OS ALUNOS DE MEDICINA VETERINÁRIA, BIOLOGIA E ENGENHARIA FLORESTAL PODEM COLOCAR SEUS CONHECIMENTOS EM PRÁTICA. //

[SONORA 2]

TEMPO TOTAL: 00:34

D.I. – “A GENTE TEM ALGUMA UNIDADES...

D.F. – ...QUE HOJE EU SUPERVISIONO”

SÃO TRÊS UNIDADES: LAGEADO, EDIGÁRDIA E SÃO MANUEL. // E ASSIM COMO MUITAS OUTRAS FAZENDAS PELO PAÍS, ESSAS TAMBÉM SOFRERAM COM A SECA E OS INCÊNDIOS FLORESTAIS, ESPECIALMENTE A FAZENDA EDIGÁRDIA, QUE AINDA TEVE FOGO CRIMINOSO ENVOLVIDO. //

[SONORA 3]

TEMPO TOTAL: 00:38

D.I. – “E A GENTE VAI CUIDANTE TAMBÉM...

D.F. – ...QUE É EM UMA CUESTA”

LAUDA 3

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOS: PAULO PIASSI

ASSUNTO: INCÊNDIOS FLORESTAIS

UMA CUESTA É UMA REGIÃO ONDE HÁ UMA COLINA COM UM LADO MAIS ÍNGRIME E OUTRO MAIS SUAVE. / ELA SE FORMA POR QUE AS ROCHAS DE UM LADO SÃO MAIS DURAS QUE AS DO OUTRO E AI MAIS FACIL DE SERERM DESGASTADAS POR CHUVA E VENTO.//

[SONORA 4]

TEMPO TOTAL: 00:20

D.I. – “ENTÃO A GENTE ESTÁ NA CUESTA...

D.F. – ...UM IMPACTO MUITO GRANDE”

UM PONTO IMPORTANTE QUE A CYNTHIA TROUXE É QUE, QUANDO A GENTE PENSA NO FOGO, MUITAS VEZES SÓ OLHA O QUE ESTÁ NA SUPERFÍCIE. //

MAS, O ESTRAGO PODE IR MUITO ALÉM DO QUE A GENTE CONSEGUE VER.//

[SONORA 5]

TEMPO TOTAL: 00:33

D.I. – “ELE FOI CRIMINOSOS...

D.F. – ...E ELE NÃO APAGOU”

O FOGO FOI CONTROLADO DEPOIS DE CERCA DE TRÊS SEMANAS. //

MAS, MESMO ASSIM, OS DANOS JÁ ESTAVAM FEITOS. / A FAUNA E A FLORA FORAM DESTRUÍDAS, E VÃO LEVAR ANOS PARA SE RECUPERAR.//

LAUDA 4

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOS: PAULO PIASSI

ASSUNTO: INCÊNDIOS FLORESTAIS

[SONORA 6]

TEMPO TOTAL: 00:33

D.I. – “DE ÁREA, PENSANDO SÓ NA FACULDADE...

D.F. – ...ISSO É BASTANTE”

UM HECTARE EQUIVALE A 10 MIL METROS QUADRADOS, OU SEJA, O TAMANHO DE UM CAMPO DE FUTEBOL DOS GRANDES. // AI DA PRA TER IDEIA DO ESTRAGO. //

[SONORA 7]

TEMPO TOTAL: 00:50

D.I. – “BASTANTE ÁREA QUE A GENTE PERDEU...

D.F. – ...SER INCORPORADO OU NÃO”

CEMPAS É O CENTRO DE MEDICINA E PESQUISA EM ANIMAIS SELVAGENS, TAMBÉM DA UNESP DE BOTUCATU.

[SONORA 8]

TEMPO TOTAL: 00:39

D.I. – “SÃO MÓDULOS DE AÇÃO...

D.F. – ...E NUM DESSA, PERDE A MÃO”

CYNTHIA, VOCÊ MESMO DISSE QUE ESSE ANO FOI ATÍPICO. //

QUERIA VOLTAR NESSE PONTO. / O QUE VOCÊ ACHA QUE ACONTECEU ESSE ANO PRA TANTA COISA SAIR DO CONTROLE? //

LAUDA 5

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOS: PAULO PIASSI

ASSUNTO: INCÊNDIOS FLORESTAIS

[SONORA 9]

TEMPO TOTAL: 01:12

D.I. – “A GENTE VEM ACOMPANHANDO...

D.F. – ...NÃO CHEGA ATÉ NÓS”

E, CYNTHIA, O QUE VOCÊ ACHA QUE AINDA FALTA FAZER? QUAIS AÇÕES A GENTE PODE TOMAR, TANTO NO COLETIVO QUANTO NO INDIVIDUAL, PARA DIMINUIR ESSES IMPACTOS? //

[SONORA 10]

TEMPO TOTAL: 02:23

D.I. – “É UM TRABALHO EM CONJUNTO...

D.F. – ...UMA VELOCIDADE MAIOR DE MUDANÇA”

UMA COISA QUE A CYNTHIA FALOU, E QUE EU QUERIA TRAZER PRO EPISÓDIO DE HOJE, É A RESPONSABILIDADE QUE A GENTE TEM. //

NO EPISÓDIO PASSADO, A GENTE FALOU SOBRE OS PREFEITOS E VEREADORES, E ISSO TEM TUDO A VER COM A QUESTÃO AMBIENTAL. //

É SÓ VOLTAR LÁ E OUVIR DENOVO PARA PERCEBER QUE AS DECISÕES POLÍTICAS TÊM UM IMPACTO DIRETO NAS AÇÕES DE PRESERVAÇÃO E NA FORMA COMO A GENTE LIDA COM A CRISE CLIMÁTICA. //

LAUDA 6

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOS: PAULO PIASSI

ASSUNTO: INCÊNDIOS FLORESTAIS

ESPERO QUE VOCÊ TENHA GOSTADO DO EPISÓDIO DE HOJE E QUE A CONVERSA TENHA TE FEITO PENSAR UM POUCO MAIS SOBRE O QUE PODEMOS FAZER PARA AJUDAR O PLANETA. / O MEIO AMBIENTE PRECISA DE NÓS! //

NÃO ESQUECE DE SEGUIR O PODSABER NA SUA PLATAFORMA FAVORITA E DE COMPARTILHAR COM OS AMIGOS. //

EU SOU O PAULO PIASSI, E A GENTE SE VÊ NO PRÓXIMO EPISÓDIO. //

ATÉ MAIS! //

**APÊNDICE H – ROTEIRO EPISÓDIO 4 – “A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL VEIO
PARA FICAR”**

LAUDA 1

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR: PAULO PIASSI

ASSUNTO: A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL VEIO PARA FICAR

OI, PESSOAL! / TUDO BEM? //

EU SOU O PAULO PIASSI, E QUE BOM QUE VOCÊ ESTÁ AQUI DE VOLTA NO
PODSABER! //

NO EPISÓDIO DE HOJE, VAMOS FALAR DE UM TEMA QUE PARECE COISA
DE FILME DE FICÇÃO CIENTÍFICA, MAS QUE JÁ FAZ PARTE DA NOSSA
REALIDADE: INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL. //

VOCÊ JÁ PAROU PARA PENSAR COMO A I.A. TÁ NO NOSSO DIA A DIA? //

TALVEZ ATÉ AGORA, NESSE EXATO MOMENTO, QUANDO VOCÊ
ESCOLHEU, E COLOCA ESSE ESCOLHEU ENTRE ASPAS, OUVIR ESSE
PODCAST NO SEU TOCADOR DE PREFERÊNCIA. //

COM O RÁPIDO AVANÇO QUE ESSE TECNOLOGIA TEVE NOS ÚLTIMOS
ANOS, SURGEM TAMBÉM ALGUMAS PERGUNTAS IMPORTANTES: ATÉ QUE
PONTO A I.A. PODE AJUDAR A GENTE ELA PODE TOMAR NOSSO LUGAR?
QUÃO SEGURA ELA É? //

PARA RESPONDER, EU CONVERSO HOJE COM O PROFESSOR E
JORNALISTA MARCELO BUENO. //

[SONORA 1]

TEMPO TOTAL: 00:05

D.I. – “SOU MARCELO...

D.F. – ...FORMADO EM 2012”

LAUDA 2

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR: PAULO PIASSI

ASSUNTO: A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL VEIO PARA FICAR

APESAR DE SER DO RAMO DA COMUNICAÇÃO, O MARCELO SEMPRE GOSTOU MUITO DE TECNOLOGIA. //

ELE TAMBÉM FOI MEU PROFESSOR NA FACULDADE E POSSO FALAR QUE ELE É UM DOS CARA MAIS ENTUSIASTAS DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL QUE EU CONHEÇO. //

[SONORA 2]

TEMPO TOTAL: 00:36

D.I. – “EU ACHO QUE A MINHA TRAJETÓRIA...

D.F. – ...DIGITAL NOS ÚLTIMOS ANOS”

MARCELO, PROFESSOR MARCELO, QUE QUERO AGRADECER SUA PRESENÇA AQUI E EU JÁ COMEÇO COM UMA PERGUNTA COMPLEXA, ATÉ PORQUE EU VÍ NAS MINHAS PESQUISAS PARA PRODUZIR ESSE EPISÓDIO QUE A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL ELA NÃO TEVE UM COMEÇO, ELA É UM RESULTADO DE OUTRAS TECNOLOGIAS. //

MAS VOCÊ CONSEGUIRIA FALAR MAIS OU MENOS QUANDO ELA SURTIU?
//

[SONORA 3]

TEMPO TOTAL: 00:55

D.I. – “DIFÍCIL REALMENTE...

D.F. – ...A PROGRAMAÇÃO FUNCIONA ASSIM”

ASSIM TIPO, DESEJA SALVAR ESSE ARQUIVO? VOCÊ TEM DUAS OPÇÕES; SIM OU NÃO; SIM ELE VAI PRA SUA PASTA, NÃO ELE É EXCLUÍDO. //

LAUDA 3

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR: PAULO PIASSI

ASSUNTO: A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL VEIO PARA FICAR

A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL COLOCARIA UMA TERCEIRA VIA, UM “DEIXA UM PENSAR E DEPOIS TE FALO SE EU QUERO OU NÃO SALVAR O ARQUIVIO”. //

[SONORA 4]

TEMPO TOTAL: 00:36

D.I. – “AGORA NO CHAT GPT...

D.F. – ...A MÁQUINA TÁ PENSANDO ALÍ”

O CHAT GPT, PROFESSOR, ELE É UMA FERRAMENTA QUE EU PROCURO ELA. //

EU BUSCO USAR ELA. // EU POSSO OU NÃO ACESSAR O SITE. // MAS ISSO É UM POUCO DIFERENTE COM OUTRAS FERRAMENTAS, NÉ? EU ACABEI UTILIZANDO INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL SEM SABER QUE EU ESTOU USANDO? //

[SONORA 5]

TEMPO TOTAL: 00:07

D.I. – “TODO MUNDO JÁ TEVE ACESSO...

D.F. – ...MACHINE LEARNING”

MACHINE LERANING, EM PORTUGUES, APRENDIZADO DA MÁQUINA. //

[SONORA 6]

TEMPO TOTAL: 01:05

D.I. – “ENTÃO TODO MUNDO QUE ESTÁ OUVINDO A GENTE...

D.F. – ...APRENDE A PARTIR DISSO E EXECUTA”

LAUDA 4

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR: PAULO PIASSI

ASSUNTO: A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL VEIO PARA FICAR

E TUDO ISSO QUE O MARCELO FALOU, ACONTECE EM FRAÇÕES DE SEGUNDOS. //

[SONORA 7]

TEMPO TOTAL: 00:52

D.I. – “NOS ÚLTIMOS ANOS TEM SIDO ALÉM DA NOSSA LÓGICA...

D.F. – ...DA FORMA COMO ESTÁ SENDO FEITO HOJE”

ATÉ AGORA A GENTE SÓ FALOU DA INTELIGÊNCIA DE UMA FORMA QUE FAZ DE NÓS CONSUMIDORES UM PRODUTO, AI LIGADO AO CAPITALISMO, MAS TEM LUGARES ONDE A IA ESTA SENDO USADA SEM SER EM ALGORÍTIMOS, TRANSCENDENDO O MUNDO VIRTUAL? POR EXEMPLO NA BIOLOGIA, MEDICINA//

[SONORA 8]

TEMPO TOTAL: 00:37

D.I. – “ O QUE A GENTE PODE FALAR...

D.F. – ...AUTOMETICAMENTE”

AI ELA ESTÁ SENDO USADA PRA OTIMIZAR TEMPO, NÉ? //

[SONORA 9]

TEMPO TOTAL: 00:36

D.I. – “SEM DÚVIDAS...

D.F. – ...DEMORARIA BEM MAIS PARA FAZER”

E ISSO NÃO CAUSA UMA DEPENDÊNCIA? //

LAUDA 5

PROGRAMA: PODSABER – UM PODCAST DE NOTÍCIAS PARA JOVENS

REDATOR E LOCUTOR: PAULO PIASSI

ASSUNTO: A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL VEIO PARA FICAR

[SONORA 10]

TEMPO TOTAL: 01:17

D.I. – “EU ACHO QUE SIM...

D.F. – ...A GENTE NÃO É 150”

ESSA DEPENDÊNCIA É ENTÃO UM PONTO NEGATIVO DO USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL. // TEM OUTROS? //

[SONORA 11]

TEMPO TOTAL: 01:51

D.I. – “OLHA, TEM O VELHO TEMOR...

D.F. – ...QUAL MOMENTO VOCÊ NÃO QUE USAR”

MUITO BEM, PESSOAL! / COM ESSA ÚLTIMA FALA DO MARCELO, FICA CLARA A IMPORTÂNCIA DE A GENTE EXPERIMENTAR E EXPLORAR MAIS A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO NOSSO DIA A DIA. //

COMO ELE DISSE, A MELHOR FORMA DE ENTENDER ESSA TECNOLOGIA É CONHECER DE PERTO, TESTAR, E VER COMO ELA PODE AJUDAR A FACILITAR NOSSAS VIDAS. //

ESPERO QUE VOCÊ TENHA GOSTADO DO NOSSO PAPO DE HOJE E QUE TENHA SAÍDO DESSE EPISÓDIO ENTENDENDO MELHOR O QUE É A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E COMO ELA JÁ FAZ PARTE DAS NOSSAS VIDAS.//

NÃO ESQUECE DE SEGUIR O PODSABER NA SUA PLATAFORMA FAVORITA E DE COMPARTILHAR COM A GALERA! EU SOU O PAULO PIASSI, E TE VEJO NO PRÓXIMO EPISÓDIO. // ATÉ MAIS! //

APÊNDICE C – LINKS DOS EPISÓDIOS

<https://soundcloud.com/paulo-piassi/sets/podsaber-um-podcast-de-noticias-para-joovens/s-4kEvun0zks4?si=69f4e6c98251449a946f5bc729c0ed20&utm_source=clipboard&utm_medium=text&utm_campaign=social_sharing>

< <https://on.soundcloud.com/dMZqDBuEiKm3jtJm6> >