



Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo - 23 a 26 de agosto de 2011

Eixo temático

Quadrinhos e novas tecnologias

PODCASTS SOBRE QUADRINHOS: O FORTALECIMENTO DE UMA NOVA MÍDIA

Lucio Luiz¹

Mestre em Educação, Universidade Estácio de Sá, Rio de Janeiro

Resumo:

O podcast é uma mídia da cibercultura em formato de áudio que vem conquistando grande espaço na Web 2.0, especialmente com relação à produção de informação. Além disso, também subverte a questão do receptor passivo ligado às mídias de massa tradicionais. Com a atual facilidade de produção e distribuição dos podcasts, qualquer pessoa é potencialmente receptora e emissora, tornando a difusão de informações mais democrática. Isso permite que nichos temáticos não valorizados pela mídia tradicional alcancem um público cada vez maior. É o que vem ocorrendo com os quadrinhos. Diversos podcasts são produzidos tendo como principal tema a nona arte. Esta pesquisa tem como objetivo analisar esta mídia com foco principal no Brasil, observando como esse tema alcança maiores públicos e potenciais de divulgação. Por ser um assunto ainda inexplorado, não há a pretensão de resolver nenhum grande dilema, mas, sim, apontar possíveis caminhos por onde novas pesquisas podem caminhar.

Palavras-chave: podcast; podcasting; mídias digitais; web 2.0; internet

Abstract:

Podcast is a cybercultural media in audio format which has gained great space in Web 2.0, particularly regarding the information production. It also subverts the issue of passive receiver connected to the traditional mass media. With the current ease of podcasts production and distribution, anyone is potentially producer and receiver, making the dissemination of information more democratic. This allows thematic niches not valued by the traditional media to reach a wider audience. It is what is happening with comics. Many podcasts are produced with the main theme to the "ninth art". This research aims to analyze this media with a primary focus in Brazil, observing how this subject reaches the highest potential for public disclosure. Because it is an unexplored subject, there is no pretense of resolving great dilemmas, but rather to identify possible ways for new research.

Keywords: podcast; podcasting; digital medias; web 2.0; internet

1 Introdução

¹ Jornalista. Mestre em Educação pelo Programa de Pós-graduação em Educação na linha de pesquisa de Tecnologias de Informação e Comunicação nos Processos Educacionais da Universidade Estácio de Sá (Rio de Janeiro). e-mail: lucioluiz@gmail.com

O podcast é uma mídia da cibercultura que conquista cada vez mais espaço graças a sua facilidade de criação e distribuição. Nos Estados Unidos, essa mídia está relativamente consolidada e conhecida, especialmente graças à disponibilização gratuita através da iTunes Store (sistema de distribuição e venda de músicas e aplicativos para os dispositivos móveis iPod, iPhone e iPad, da empresa norte-americana Apple Inc.).

Em linhas gerais, podcasts são programas de áudio ou vídeo (embora, no Brasil, esse termo seja relacionado primordialmente a áudio) cuja principal característica é um formato de distribuição direto e atemporal chamado *podcasting*, expressão que vem da junção do prefixo “*pod*”, oriundo de iPod, com o sufixo “*casting*”, originado da expressão “*broadcasting*”, transmissão pública e massiva de informações que, quando feita através de ondas eletromagnéticas de rádio também pode ser chamado de radiodifusão.

2 Histórico

Segundo Mack e Ratcliffe (2007), o *podcasting* surgiu em 2004, quando Adam Curry desenvolveu uma forma de transferir arquivos de áudio através da tecnologia RSS (*Really Simple Syndication*) para o agregador iTunes a partir de um script de Kevin Marks.

O RSS é uma maneira de relacionar o conteúdo de um blog de forma que seja entendido pelos agregadores de conteúdo. Isso é possibilitado através dos chamados “feeds”, que trazem o conteúdo do blog codificado de maneira que esses programas compreendam e possam apresentar as atualizações automaticamente para os usuários que cadastraram o feed de seus blog preferidos. Com isso, o usuário recebe cada novo conteúdo automaticamente, não precisando mais visitar cada site para ver se já foi atualizado (GEOGHEGAN; KLASS, 2007).

Depois dessa experiência, vários outros agregadores passaram a também permitir o download automatizado de arquivos de áudio. Portanto, apesar do nome fazer uma referência direta ao iPod, o *podcasting* não é

limitado a esse reprodutor de mídia digital.

O Brasil possui uma tradição de adotar o uso de novas mídias de forma efetiva, especialmente as relacionadas à internet. Com os podcasts não foi diferente, já que, segundo Silva (2008), o primeiro programa desse tipo, chamado Digital Minds, foi publicado pela primeira vez em 20 de outubro de 2004, pouco tempo depois do lançamento dos primeiros podcasts nos Estados Unidos.

O programa Digital Minds foi desenvolvido a partir do blog homônimo, pertencente a Danilo Medeiros, devido ao desejo do autor em se diferenciar dos blogs que existiam então. Nessa época, vários blogs brasileiros publicavam arquivos de áudio, mas esses não se caracterizavam como podcast pela impossibilidade de se assinar o programa via RSS (sistema de distribuição de conteúdo que é a base do podcasting).

Esse foi o diferencial do Digital Minds, que passou a poder ser “assinado” em dispositivos móveis e softwares agregadores de conteúdo sem a necessidade do ouvinte fazer o download manual do arquivo de áudio.

Vários podcasts brasileiros se seguiram a este, sempre com a característica de promover apoio mútuo e de criação de projetos conjuntos visando o crescimento da mídia como um todo. Esse tipo de pensamento ainda existe na podosfera atual, mesmo com várias mudanças de estilo e formato que tornaram o podcast brasileiro produzido nos dias atuais diferente do que é feito no resto do mundo.

3 Metodologia

Embora possamos encontrar exemplos de podcasts ligados a empresas de mídia tradicional ou criados por radialistas, a maioria dos podcasts, assim como grande parte dos blogs, são produzidos por pessoas não necessariamente ligadas profissionalmente à área de Comunicação, mas sim pessoas que simplesmente utilizam seu tempo livre para projetos pessoais relacionados à internet (PRIMO, 2005).

Apesar disso, é inegável o grande volume de informação produzida pelos diversos podcasts existente, muitos dos quais dedicados a nichos que

não encontram espaço na mídia tradicional, entre eles os referentes às histórias em quadrinhos.

No Brasil, ainda são poucas as pesquisas acadêmicas sobre podcasts. Mais raro é encontrar referências sobre os que abordam especificamente o tema de quadrinhos. Isso fez com que fosse necessário, para esta pesquisa, a realização de entrevistas com os responsáveis por podcasts sobre o tema.

A característica do podcast brasileiro faz com que exista uma certa predominância de assuntos voltados à “cultura pop”, especialmente em podcasts de variedades, mas como o objetivo principal desta pesquisa é entender como é feita a produção de conteúdo sobre o tema específico de quadrinhos, optamos por abordar os programas que têm a nona arte como seu foco principal, e não apenas aqueles que já tenham abordado o assunto em algum episódio, mesmo que mais de uma vez.

Foram entrevistados os responsáveis pelos podcasts Papo de Artista, Comicpod, HCast, Melhores do Mundo e Pipoca e Nanquim. Por ser esse um espaço inexplorado, as perguntas foram semelhantes para que fosse possível analisá-las à luz da Teoria da Argumentação, tradição iniciada por Perelman e Olbrechts-Tyteca (2005).

A análise argumentativa trabalhada a partir das entrevistas caracteriza-se pela intenção de chegar o mais próximo possível das representações que o entrevistado possui sobre o objeto de pesquisa, buscando padrões, regularidades ou, ao contrário, oposições e contradições ou simplesmente de aspectos eleitos como relevantes.

4 Podcasts sobre quadrinhos

A forte interatividade com os ouvintes e a possibilidade sólida de um ouvinte se tornar um podcaster sem dificuldades subverte o conceito tradicional de receptor passivo das mídias de massa, ampliando o conceito de receptor ativo das mídias digitais para se tornar ao mesmo tempo potencialmente receptor e emissor.

Isso ajuda a estimular pessoas não relacionadas profissionalmente com os quadrinhos a produzir podcasts, geralmente com o objetivo unicamente de

“bater papo” sobre o assunto como se estivessem em uma roda de amigos - o que, muitas vezes, não deixa de ser verdade.

Um exemplo desse estilo informal, presente em boa parte da produção de podcast nacional, é o Melhores do Mundo, podcast do site homônimo de notícias sobre quadrinhos e cinema. O podcast define suas pautas com base nas principais notícias do período, embora os episódios dificilmente sejam noticiosos, por conta da atemporalidade da mídia podcast.

Os principais membros do Melhores do Mundo têm em comum o fato de serem fãs de quadrinhos e não profissionais da área, com exceção de Rodney Buchemi, desenhista profissional que trabalha para a Marvel e a DC Comics.

O Papo de Artista, ao contrário, foi criado pelo colorista Rod Reis exatamente por ser ele profissional da área. Rod, que trabalha na DC Comics, encontrou na mídia podcast uma forma de falar sobre seu trabalho com os quadrinhos. Por conta disso, embora o foco original tenha sido falar sobre artes de uma forma geral, a maioria dos episódios traz entrevistas com quadrinistas e outras pessoas relacionadas com a área.

Por contar com a presença de vários profissionais - embora mantenha a característica de “bate papo” -, são discutidos temas como carreira, técnicas e mercado de quadrinhos. Isso diferencia esse podcast dos feitos primordialmente por fãs de HQs, cujo foco geralmente é na abordagem de assuntos ligados ao “produto final”, como personagens, universos ficcionais, editoras e histórias.

O Comicpod é outro podcast “de fã”. Um grupo de amigos resolveu criá-lo por sentirem falta de podcasts regulares sobre quadrinhos - os únicos que eles conheciam, o Melhores do Mundo e o DC Cast, não produziam novos episódios com frequência nessa época.

Seu principal objetivo é apresentar um debate sobre histórias e personagens, embora também sejam abordados assuntos relacionados a quadrinhos em outras mídias, como cinema e televisão. O Comicpod também possui episódios “intermediários” voltados a leitura de e-mails dos ouvintes e eventuais comentários sobre assuntos muito recentes ou a análise de gibis que

estejam nas bancas naquele período.

Assim como os podcasts já citados, o HCast também surgiu como uma forma de reunir amigos para falar de forma descontraída sobre quadrinhos. Mesmo sem regularidade, há ainda a presença de profissionais que atuam no mercado nacional de quadrinhos, o que possivelmente estimula a abordagem de temas como fanzines, coleções e fanfics, além daqueles que também são comuns nos demais.

Outro diferencial de HCast é a produção de um videocast, nome dado aos arquivos de vídeo transmitidos via *podcasting*. Diferente dos podcasts, ainda é muito pequena a quantidade de videocasts no Brasil, principalmente se considerarmos que só poderiam assim ser chamados arquivos distribuídos via feed para dispositivos móveis, o que excluiria o videocast do HCast, que só está disponível no YouTube e não pode ser “baixado” de forma automatizada para ser assistido offline.

Independente das características que definiriam esse programa como sendo ou não um videocast, ele possui o objetivo de complementar o podcast, com um conteúdo considerado mais dinâmico por ter cerca de 10 minutos de duração abordando vários temas, ao contrário do podcast, que costuma durar uma hora com um único assunto.

Por fim, o Pipoca e Nanquim é um podcast que, ao contrário do usual, veio como desdobramento de um videocast (embora aqui exista novamente a impossibilidade de assinar via *podcasting*, o que faz com que, tecnicamente, os programas não possam ter essa denominação - contudo, para os fins da pesquisa, continuaremos a chamá-lo dessa forma).

O videocast do Pipoca e Nanquim aborda os temas quadrinhos e cinema e é hospedado no *site* Videolog, geralmente ultrapassando 50 mil visualizações a cada episódio. O programa é feito em parceria com o Centro Universitário de Araraquara (Uniara) e, a partir de um tópico (“Robôs”, por exemplo), traz uma conversa abordando esse tópico nos contextos do cinema e das HQs.

O podcast surgiu quando os participantes do videocast foram convidados para apresentar um programa de rádio na Uniara FM. Como já eram ouvintes de podcasts,

aproveitaram a oportunidade para se tornarem podcasters.

5. Características

Todos os podcasts analisados possuem abordagens variadas, mas mantêm características comuns, como o formato de “bate papo” e o objetivo de divulgar os quadrinhos como um todo. Percebe-se nos responsáveis pelos podcasts uma “paixão” pela nona arte, não apenas entre os que são apenas fãs, mas também no caso dos profissionais da área.

Uma característica comum a todos os podcasts sobre quadrinhos é que os ouvintes participam ativamente, fazendo questão, inclusive, de conversar com os podcasters sempre que há oportunidade (em eventos de quadrinhos, por exemplo).

Os comentários dos ouvintes, por sinal, são considerados como um dos principais incentivos para a criação e manutenção dos podcasts. Essa participação costuma ser estimulada pelo estilo de “bate papo” dos programas, o que aproxima bastante o ouvinte.

Todos os podcasters também possuem certa dificuldade para abordar um tema essencialmente visual em um meio primordialmente de áudio, geralmente tentando minimizar o problema ao relacionar links com as referências de imagens e vídeos no blog que é associado ao podcast.

A maior dificuldade que surge, naturalmente, é quando se faz necessário comentar estilos de desenho. Um dos caminhos encontrados para fugir desse problema é falar sobre artistas mais conhecidos ou utilizá-los como modelo de comparação, além de evitar temas amplos que exijam uma quantidade muito grande de links relacionados no blog.

A existência de blogs dando suporte aos podcasts também é um ponto importante. Como 60,8% dos ouvintes brasileiros de podcast preferem ouvir os programas diretamente no site ao invés de “baixá-los” via feed (PODPESQUISA, 2009), a existência de um blog ajuda a manter a audiência,

especialmente se contar com textos regulares relacionados ao tema do podcast.

Outro ponto importante para a existência de um blog é a monetização. Como ainda são raros os podcasts que possuem publicidade regular e modelo de negócios, muitos acabam optando por utilizar serviços de publicidade online como Google AdSense e Boo-Box, que demandam visitação ao *site*. Além disso, conteúdo em texto ainda   primordial para a indexa o dos sites de busca.

Por fim, a principal característica em comum   o fato de que todos afirmam não ter lucro direto com o podcast, limitando-se a eventuais ganhos indiretos com publicidade online e divulga o de projetos e cursos. A única exce o   o Pipoca e Nanquim, que possui um projeto mais sólido de retorno financeiro, porém com o intuito primordial de pagar a manuten o do blog.

6 Conclusão

Apesar de já contar com um público fiel e uma grande quantidade de produtores de conteúdo, a m dia podcast no Brasil ainda está nos estágios iniciais no que tange   publicidade.

Além disso, por estarem fora do “alvo” das grandes empresas de comunica o, os podcasts brasileiros crescem graças a iniciativas de pessoas que geralmente escolhem temas com os quais possuem alguma rela o pessoal. Isso pode ser percebido nos podcasts sobre quadrinhos, cujos podcasters são profissionais da área ou fãs de HQs.

Este artigo não visa esgotar o tema, especialmente por ele ainda ser carente de pesquisas acadêmicas. Nosso principal objetivo foi indicar caminhos para novas pesquisas que ajudem a entender o que leva pessoas a dedicar parte de seu tempo para a divulga o de um assunto de nicho - no caso, quadrinhos - através de uma nova m dia cujo potencial ainda está sendo descoberto.



Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo - 23 a 26 de agosto de 2011

7 Referências

ARAUJO, G. **Entrevista para artigo acadêmico** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <lucioluiz@gmail.com> em 14 mai. 2011.

DIDIRAJA, D. **Entrevista para artigo acadêmico** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <lucioluiz@gmail.com> em 11 mai. 2011.

GEOGHEGAN, M. W.; KLASS, D. **Podcast solutions: the complete guide to audio and video podcasting**. New York: Friends of, 2007.

GOMES, F. **Entrevista para artigo acadêmico** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <lucioluiz@gmail.com> em 15 jun. 2011.

HOUSTON, E. **The comic book podcast companion**. Raleigh: TwoMorrows, 2009.

LOPES, D. **Entrevista para artigo acadêmico** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <lucioluiz@gmail.com> em 20 mai. 2011.

LUIZ, L. Podcasters brasileiros: uma “comunidade” em busca de visibilidade. In: INTERCOM SUDESTE, 16., 2011, São Paulo. **Anais do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste**. São Paulo: Intercom, 2011. 1 CD-ROM

LUIZ, L.; ASSIS, P. Podcasting in Brazil: democratizing the information. In: IAMCR CONFERENCE, 2010, Braga. **IAMCR Conference 2010**. Braga: International Association for Media and Communication Research, 2010.

MACK, S.; RATCLIFFE, M. **Podcasting Bible**. Indianapolis: Wiley, 2007.

MEDEIROS, M. S. D. Podcasting: produção descentralizada de conteúdo sonoro. In: INTERCOM, 28., 2005, Rio de Janeiro. **Anais do XXVIII Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação**. São Paulo: Intercom, 2005. 1 CD-ROM

MOURA, A. M. C.; CARVALHO, A. A. A. Podcast: potencialidades na educação. In: **Prisma.com**. Portugal: Cetac, n. 3, out. 2006.

PERELMAN, C.; OLBRECHTS-TYTECA, L. **Tratado da argumentação: a nova retórica**. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

PODPESQUISA. **Resultado final**. 2009. Disponível em: <<http://www.podpesquisa.com.br/resultado>>. Acesso em: 10 nov. 2010.

PRIMO, A. F. T. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. In: **Intexto**. Porto Alegre, n. 13, 2005.

REIS, R. **Entrevista para artigo acadêmico** [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <lucioluiz@gmail.com> em 10 mai. 2011.



Escola de Comunicações e Artes - Universidade de São Paulo - 23 a 26 de agosto de 2011

SILVA, E. Video da apresentação do Prêmio Podcast 2008. In: **Blog do Prêmio Podcast**, 9 dec. 2008. Disponível em: <<http://www.blog.premiopodcast.com.br/?p=75>>. Acesso em: 15 abr. 2010.

VANASSI, G. C. **Podcasting como processo midiático interativo**. Monografia. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2007.