



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**

PAULO BRUNO FERREIRA DA SILVA

**CHURROS OU PIZZA: UM *PODCAST* DE MEMÓRIAS DA TE VI NA
UFBA**

Salvador
2024

PAULO BRUNO FERREIRA DA SILVA

**CHURROS OU PIZZA: UM *PODCAST* DE MEMÓRIAS DA TE VI NA
UFBA**

Memorial do Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Comunicação com habilitação em Produção em Comunicação e Cultura pela Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia.

Orientador: prof. Maurício Nogueira Tavares

Salvador
2024

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha família e aos meus amigos, por estarem comigo ao longo de todos esses anos e me incentivarem a seguir até o fim;

A Maurício Tavares, por ter sido o melhor orientador que eu poderia ter para este trabalho;

A João e Maycon, por me ajudarem na produção do *podcast*;

E à minha companheira, que torce fervorosamente por mim, desde que nos conhecemos.

RESUMO

Este trabalho apresenta o memorial do *podcast Churros ou Pizza*, que constitui o Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Comunicação com Habilitação em Produção em Comunicação e Cultura. O objetivo do *podcast* é abordar, em dois episódios, a trajetória da página virtual Te Vi na UFBA (TVNU), um dos maiores espaços de interação da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Neste memorial, são detalhados todos os passos da idealização e da concepção do *podcast*, além das referências práticas e teóricas utilizadas, com a finalidade de entreter e relembrar o impacto da TVNU ao longo dos anos.

Palavras-chave: Podcast; spotted; Te Vi na UFBA; correio elegante.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	5
2	BREVE HISTÓRICO E CONTEXTO DOS <i>PODCASTS</i> NO BRASIL.....	8
2.1	MINHA RELAÇÃO COM <i>PODCASTS</i>	9
3	RELAÇÕES AFETIVAS NAS REDES SOCIAIS.....	12
3.1	TE VI NA UFBA.....	13
4	PROCESSO CRIATIVO DO <i>PODCAST CHURROS OU PIZZA</i>.....	15
4.1	PROJETO INICIAL.....	15
4.2	REFORMULAÇÃO.....	15
4.3	GREVE.....	17
4.4	CHURROS OU PIZZA.....	17
4.5	GRAVAÇÃO.....	17
4.6	PÓS-PRODUÇÃO.....	18
4.7	VEICULAÇÃO.....	18
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	19
	REFERÊNCIAS.....	20

1 INTRODUÇÃO

Meu percurso até este momento não foi fácil. Tenho 34 anos e estou na Universidade Federal da Bahia (UFBA) há mais de uma década, sem concluir uma graduação. Comecei minha trajetória no ano de 2009, quando ingressei no curso de Letras.

Embora naquela época, pré-Sisu, esse curso tivesse uma baixa concorrência, não o escolhi por isso, mas por estar genuinamente apaixonado pela língua portuguesa, que nunca foi, na escola, um componente curricular que me apresentou desafios, mas também que nunca me cativou. Meu verdadeiro encanto se deu enquanto me preparava para o vestibular, num cursinho preparatório, ainda sem ter certeza do que faria. Ao longo daquele ano de 2008, o professor Luís Alberto, que até hoje é uma referência para mim, me mostraria como a língua portuguesa é sensacional.

Minha experiência enquanto estudante de Letras, porém, foi marcada por desilusões e frustrações, fosse com o curso, fosse com o ensino universitário. Ainda que minha paixão pelo português seguisse viva — como segue até hoje —, percebi, logo no meu segundo semestre, que estudá-la em nível acadêmico não era algo que me traria prazer — e me pergunto até hoje se teria sido diferente em outra universidade, com outro programa curricular.

Assim, decidi abandonar o curso em 2012 apenas para, depois de algumas tomadas de decisões equivocadas e reflexões, retomá-lo em 2014 não por saudade, mas por achar que seria mais sensato concluir algo que já tinha começado em vez de apostar em um projeto novo. Esse retorno, contudo, me oportunizou adquirir uma competência com a qual sigo trabalhando até hoje: a revisão textual.

Permaneci desmotivado em Letras, de 2014 a 2017, sem nunca o concluir, até conseguir, por meio do processo de vagas residuais, trocar de curso. Em 2018, ingressei na Faculdade de Comunicação (Facom) como estudante de Comunicação em Produção e Cultura — ou Produção Cultural.

Como abordarei na próxima seção, minha afinidade com *podcasts* foi um fator relevante para a escolha da minha nova área de estudo. Inicialmente, eu nunca quis cursar especificamente Produção Cultural, mas sentia que tinha mais aptidão para o campo da Comunicação. Como o curso no qual eu realmente tinha interesse — Rádio

e TV — não era oferecido em nenhuma universidade pública de Salvador, e eu não tinha condições de me mudar para o interior da Bahia, onde ele era disponibilizado, conclui que minha melhor decisão seria me transferir para Facom, que tinha um laboratório de rádio, e montar minha própria grade, na medida do possível, cursando componentes que me levassem em direção a esse conhecimento. E escolhi Produção Cultural porque não me via como estudante de Jornalismo, a outra opção oferecida pela unidade.

Ironicamente, com o passar do tempo, passei a tomar gosto pela ideia de trabalhar no campo da Cultura, de modo que um dos meus maiores desejos é atuar no fomento, aqui em Salvador, da produção de grandes eventos de cultura pop, que são muito expressivos em São Paulo, mas pouco recorrentes na Bahia.

Nesse sentido, meu maior orgulho enquanto faconiano foi ter sido o principal idealizador e atuado como coordenador-geral do Pocando de Rir, um festival de *stand-up comedy* realizado como produto da Oficina de Produção de Cultural, em 2019. O evento ocorreu em duas noites, na Varanda do Sesi Rio Vermelho, reunindo novos talentos da cena baiana, entre eles Alan Miranda.

Apesar de uma trajetória conturbada, sempre encarei a oportunidade de estar na universidade pública como um privilégio, sobretudo por ser o primeiro da minha família a ocupar esse espaço. Ainda assim, o fato de sempre precisar trabalhar me impediu de vivê-la em sua completude. Lamento bastante, por exemplo, não ter conseguido, ao longo do tempo em que estive aqui, integrar a equipe da Produtora Júnior, uma vez que essa era uma atividade não remunerada impossível de conciliar com outras ocupações.

Lamento também não ter tido a oportunidade de cursar a Oficina de Radiojornalismo — obrigatória para o curso de Jornalismo, mas apenas optativa para o de Produção — por ser um componente de extensa carga horária que sempre chocava com o horário de outros que precisava priorizar. Fui imensamente feliz, porém, no semestre em que cursei, às sextas-feiras, a optativa Temas Especiais em Rádio, na qual desenvolvi com alguns colegas o *Programa SemAnal* — créditos para mim por esse nome —, humorístico levemente nonsense que ia ao ar semanalmente na Rádio Facom.

Foi a primeira vez em que pude experimentar a sensação de estar num estúdio de rádio e apenas uma aula foi o suficiente para confirmar que eu poderia fazer aquilo

pelo resto da vida. E foi nesse momento também que decidi que, independentemente do tema, meu Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) seria um *podcast*.

Saindo um pouco da sala de aula, paralelamente a tudo isso, em 2016, criei a Te Vi na UFBA (TVNU), uma página de recadinhos amorosos no Facebook que chegou a ter 16 mil seguidores, tornando-se um dos maiores ambientes de interação em rede social relacionados à UFBA.

E, nesse sentido, o TCC *Churros ou Pizza* é um projeto que une duas das coisas que me trazem mais satisfação: o meu gosto por *podcasts* — bem como o desejo de produzir um — e o produto mais relevante que desenvolvi ao longo de todo meu percurso acadêmico. É um trabalho feito com muito carinho e orgulho, com o objetivo de entreter e rememorar o melhor e o pior da TVNU.

2 BREVE HISTÓRICO E CONTEXTO DOS *PODCASTS* NO BRASIL

Embora se tenha a impressão de que o *podcast* seja uma mídia recente, ele existe no Brasil desde meados dos anos 2000. Nesse início, porém, a sua produção ainda era inexpressiva, tendo destaque principal no cenário o *Nerdcast*, do site Jovem Nerd, e o *Rapaduracast*, do portal Cinema com Rapadura, ambos criados em 2006 e até hoje em atividade, sendo reconhecidos como os *podcasts* mais populares e antigos do Brasil.

Quase duas décadas depois, contudo, a definição de *podcast* permanece num campo de disputas, como diz Janay (2021, p. 1):

Em relação ao *podcast*, há duas formas hegemônicas de tratamento em disputa na literatura internacional: uma é a relação de transformações que essa mídia traria ao rádio (Castro, 2005; Primo, 2005). Outra é a tentativa de diferenciação do *podcast*, o colocando como algo diferente da rádio, principalmente enfatizando as possíveis mudanças de consumo que as transformações nas formas de produção e tecnologias trariam (Bonini, 2015; Berry, 2016).

Não é incomum ainda se ouvir que o *podcast* “é tipo um programa de rádio que dá pra baixar”, uma explicação que, embora eficaz num primeiro momento, não é a mais adequada, já que rádio e *podcast*, ainda que partilhem algumas semelhanças, partem de lugares distintos e passam por processos de comunicação e produção diferentes.

Assim, a definição mais usual para *podcast*, e a que adoto neste trabalho, é a de conteúdo em áudio, disponibilizado por meio de um arquivo ou plataforma de *streaming*, que pode ser consumido sob demanda. O *podcast* pode ser ouvido em diversos dispositivos e existir numa multiplicidade de gêneros, temas e formatos.

A “podosfera” começou a se expandir com mais força, apenas no início dos anos 2010, na medida em que novos ouvintes iam conhecendo o *podcast* e tornando-se, muitas vezes, produtores desse tipo de mídia.

Essa expansão culminou no contexto atual, em que a popularização do *podcast* é impulsionada pelo consumo de plataformas de *streaming* e vídeo, como Spotify e YouTube, respectivamente, além da produção e divulgação de *podcasts* feitos por portais de notícias vinculados a grandes conglomerados de comunicação, como o G1, do Grupo Globo.

O streaming é uma forma de distribuição digital que dá acesso online a um catálogo 'ilimitado' de músicas [e *podcasts*] gravadas, instantaneamente, em qualquer hora e local. Ao contrário de redes peer-to-peer, não exige o download antecipado das músicas [e *podcasts*], que são armazenadas em um servidor remoto e acessadas sob demanda a partir de qualquer dispositivo ligado à rede. O consumidor passa a ter acesso temporário às músicas, e não mais a posse [...] A lógica do streaming é, portanto, uma 'metáfora para o fluxo de informações na era digital' (Morris; Powers, 2015, p. 107), caracterizada pela abundância e superacessibilidade da informação (Moschetta; Vieira, 2018, p. 259-260).

Costuma-se dizer que, para ouvir *podcasts* antes da era do *streaming*, era necessário ter disposição. O ouvinte tinha de realmente gostar e se esforçar para consumi-los. Isso porque a produção e a publicação eram feitas de maneira que impedia a sua popularização: era necessário acompanhar o *site* no qual o *podcast* era hospedado e baixar o arquivo para ouvir no celular ou no computador pessoal.

Com essa popularização, surgiu a possibilidade de abrir ainda mais as possibilidades de publicações na plataforma e, no primeiro semestre de 2019, o Spotify sinalizou a compra de empresas produtoras de *podcasts* e avançou para a produção e publicação na sua plataforma¹. Nos últimos anos, Daniel Ek, criador do Spotify, tem investido agressivamente em *podcasts*, uma vez que ele encontrou aí a oportunidade de não depender de grandes gravadoras, o que reduz o lucro da empresa no ramo da música.

O Spotify gastou quase um bilhão de dólares na aquisição de empresas de tecnologia e produção de *podcast*, e isso se reflete inclusive no mercado brasileiro, no qual se pode observar um catálogo com diversos *podcasts* não só originais da marca, mas também exclusivos — aqueles de produtores independentes trazidos para dentro da plataforma em contrato com seus realizadores.

A ideia deste *podcast* nasce da minha vontade pessoal — enquanto consumidor ativo da mídia desde 2011 — de produzir conteúdo para a *podosfera* brasileira.

2.1 MINHA RELAÇÃO COM *PODCASTS*

Lembro-me exatamente de onde estava e qual foi o primeiro *podcast* que ouvi. Desde 2008, eu era um leitor assíduo do *site* cearense Cinema com Rapadura. Ele foi

¹ Ver: <https://www.b9.com.br/103404/o-ano-do-podcast-spotify-compra-gimlet-e-anchor-de-uma-so-vez/>.

fundamental para a formação do meu conhecimento cinematográfico, o primeiro veículo do gênero que passei a consumir.

Lia críticas, notícias, artigos, consultava periodicamente a lista de lançamentos da semana e os que viriam ao longo do ano, mas jamais dava atenção ao *banner* que aparecia na página inicial do *site* com o título “Rapaduracast” e imagem e tema diferentes a cada semana. Por alguma razão que não sei explicar, nunca tive sequer curiosidade de clicar naquilo para saber do que se tratava. E permaneci com essa postura até 2011, quando uma imagem diferente chamou minha atenção.

Figura 1 – Banner do *podcast* sobre Harry Potter no *site* Cinema com Rapadura



Fonte: Cinema com Rapadura (2011).

A saga Harry Potter sempre foi uma das minhas grandes paixões e, naquele ano, chegava ao fim no cinema a franquia que acompanhei ano após ano, enquanto crescia. O título “Harry Potter, o fim da saga” foi suficiente para minha curiosidade ser finalmente vencida e eu decidir entender o que era aquele “negócio de cast”.

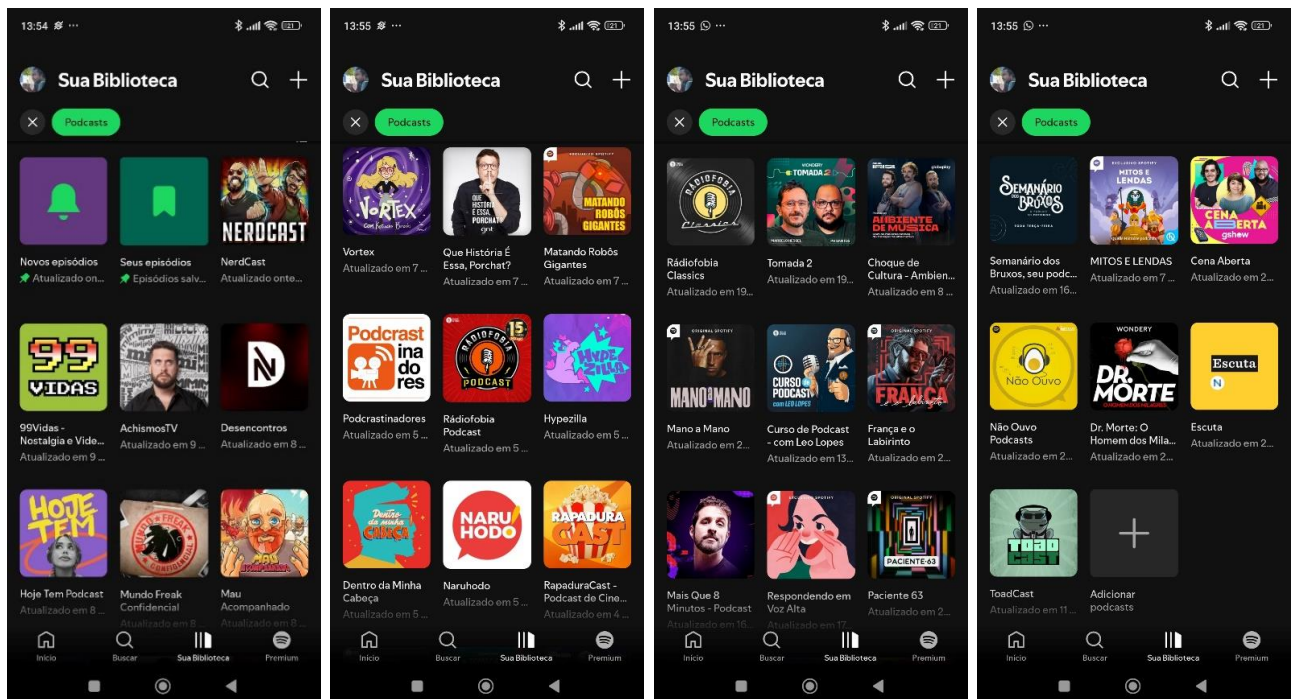
Ao perceber que era um arquivo de áudio, fiz o *download* no computador do trabalho, transfiri-o para cartão de memória do celular — numa era pré-*smartphones* — e dei o *play*, enquanto pegava o ônibus para a universidade, ainda sem saber o que esperar.

De repente, estava encantado com um bando de pessoas, que eu nunca tinha sequer visto ou ouvido, debatendo sobre algo que eu amava por uma hora. Depois

desse dia, virei um consumidor voraz do *Rapaduracast*, de modo que, entre uma semana e outra, enquanto não tinha episódio novo para ouvir, escutava todos aqueles anteriores que tinha deixado passar. Em pouco tempo, eu já tinha consumido todo o acervo do Cinema com Rapadura e me tornado ouvinte de vários outros que havia descoberto em seguida.

No meu dia a dia, escuto mais *podcasts* do que música. Se estou com fones nos ouvidos, tenha certeza de que estou concentrado em um *podcast* — ou ouvindo algum vídeo do YouTube como se fosse um *podcast*. Minha preferência é por conteúdo de entretenimento, mas consumo uma grande variedade de tamanhos, formatos, temas e gêneros.

Figura 2 – *Podcasts* atualmente assinados na minha biblioteca do Spotify



Fonte: Spotify (2024).

Diante de tudo isso, naturalmente, nutro desde muito tempo o desejo de produzir meu próprio *podcast*, motivo também pelo qual comecei a simpatizar com a ideia, lá atrás, de fazer o curso de Rádio e TV. O *podcast* *Churros ou Pizza* é não apenas um mero produto deste TCC, mas também minha primeira experimentação com a produção de uma mídia com a qual já tenho uma vasta história.

3 RELAÇÕES AFETIVAS NAS REDES SOCIAIS

A evolução tecnológica tem desempenhado um papel significativo na forma como nos relacionamos e expressamos afetos. O surgimento e a popularização das redes sociais, dos aplicativos de relacionamento e das diversas formas de comunicação digital alteraram nossos padrões de interação e modificaram a maneira como estabelecemos e mantemos relacionamentos. Conforme já apontavam Dela Coleta, Dela Coleta e Guimarães (2008, p. 279), há mais de dez anos:

A Internet, como telecomunicação, criou possibilidades de relacionamento interpessoal diferentes das antigas cartas e do não tão antigo telefone. Com o anonimato e a participação voluntária em chats de conversação, foram iniciadas amizades que evoluíram, em alguns casos, para relacionamentos íntimos.

Hoje, as redes sociais possibilitam a conexão com outras pessoas de maneira rápida e fácil, permitindo compartilhar momentos, pensamentos e emoções. Elas facilitam tanto o início quanto a continuidade de relacionamentos, sejam de amizade, sejam românticos ou até mesmo simples interações cotidianas. Embora, muitas vezes, mensagens instantâneas, comentários e curtidas pareçam superficiais, esses recursos desempenham um papel fundamental na manutenção de laços emocionais.

É nesse contexto que nascem as páginas *spotted*, termo que significa “avistado”, “notado”, “marcado”. São páginas na internet, que surgiram no Facebook, mas hoje ocupam o Instagram, com intuito de serem uma versão virtual do correio elegante, brincadeira na qual mandávamos um recadinho romântico e anônimo para alguém em quem tínhamos interesse. No modo tradicional, o correio elegante costuma ocorrer em ocasiões festivas, com preparação e divulgação prévias. A internet, porém, eliminou essa barreira, atualizando um serviço que vive em constante funcionamento, mostrando que a adaptação à cultura digital, como nos diz Oliveira (2011, p. 27), é uma necessidade:

Estamos diante de um novo momento de ruptura comportamental semelhante ao que se viu nos anos 1960-1970. Novos costumes surgem com maior velocidade, e a adaptação constante é agora uma necessidade básica diante dos avanços tecnológicos.

Sendo bastante popular, principalmente, mas não somente em perfis ligados a instituições de ensino, as páginas *spotted* muitas vezes se tornam um espaço para a expressão de sentimentos que, por diferentes razões, não são manifestados

diretamente, o que pode incluir desde pequenas observações sobre alguém que chamou a atenção em um determinado local da universidade até confissões mais elaboradas de admiração ou atração.

Essa forma de interação anônima pode ser vista como uma extensão das dinâmicas afetivas nas redes sociais, oferecendo uma maneira segura e, por vezes, divertida de se expressar. O anonimato permite que as pessoas sejam mais ousadas, ao mesmo tempo em que cria uma sensação de mistério e curiosidade.

3.1 TE VI NA UFBA

Criei a TVNU em 13 de maio de 2016, com o objetivo de propiciar um novo espaço no qual os estudantes da UFBA pudessem se paquerar de forma anônima. E se digo “novo” espaço, é porque a TVNU, embora tenha se tornado o *spotted* de maior relevância da UFBA, não foi o primeiro nem o único. A criação da minha página foi inspirada em outra, do mesmo tipo, chamada Aviãozinho da UFBA, que já existia desde 9 de abril de 2013, mas há um tempo já vinha deixando a desejar na regularidade de suas postagens.

No momento de escrita deste memorial, a página da TVNU no Facebook tem 12 mil curtidas, um número significativo, mas abaixo das 16 mil que atingiu no seu melhor momento. Acredito que essa queda se deva às mudanças tanto nas dinâmicas das redes sociais quanto nas interações dos jovens com as plataformas. Já o perfil no Instagram, criado somente no período da pandemia da covid-19, acumula 4.042 seguidores e continua a crescer de forma constante, ainda que em um ritmo mais lento.

Atualmente, a TVNU soma 6.732 postagens, cada uma representando uma tentativa de conexão entre indivíduos, seja por meio de mensagens de admiração, curiosidade ou simplesmente a vontade de encontrar uma pessoa vista em algum canto do *campus*. No auge de sua popularidade, em 2017, a página recebia cerca de 30 mensagens por dia, um volume que aponta para a necessidade e o desejo dos estudantes da UFBA em utilizar o espaço para explorar suas relações afetivas.

Cabe aqui explicar como funciona a TVNU: por meio de plataformas que permitem o anonimato até para mim, como o Google Forms, o usuário me envia um recado amoroso destinado a alguém de seu interesse para que eu publique na página.

Em alguns casos, a pessoa destinatária já é relativamente próxima da remetente, que a admira em segredo e quer sondar a possibilidade de aproximação, mas, na maioria das vezes, o recado tem como propósito identificar ou encontrar alguém desconhecido visto pelo *campus*, emulando uma sensação de amor à primeira vista.

Essas mensagens vinham geralmente acompanhadas de descrições detalhadas da pessoa procurada e frequentemente incluíam questionamentos sobre a sexualidade do destinatário, refletindo a curiosidade e a incerteza típicas de quem se apaixona a cada instante.

O impacto da TVNU na comunidade UFBA foi considerável. A página não apenas serviu como um canal de comunicação afetiva, mas também como um reflexo das dinâmicas sociais e emocionais de uma geração de jovens imersos em um ambiente universitário. A popularidade da página demonstrou como, mesmo em um mundo hiperconectado, os sentimentos de timidez, insegurança e o desejo de estabelecer conexões autênticas permanecem presentes.

4 PROCESSO CRIATIVO DO *PODCAST CHURROS OU PIZZA*

Como dito anteriormente, minha inspiração para este trabalho parte não só da minha paixão por *podcasts* e da minha vontade de produzir um, mas também do orgulho que sinto pela TVNU.

4.1 PROJETO INICIAL

Dois semestres atrás, quando tinha somente a certeza de que faria um *podcast*, mas nenhuma ideia concreta sobre o que ele seria, namorava a ideia de produzir um trabalho que abordasse a relação que os estudantes da UFBA desenvolviam não só com a minha página, mas com todas as demais que se popularizavam na comunidade.

Durante as aulas do componente TCC I, ministradas por outro docente que não o meu orientador, o meu trabalho começou a assumir a forma de um *podcast* de contação de histórias que falaria de afetos na era digital. Sua principal referência de formato era o *podcast Não Inviabilize*, de Déia Freitas, e tinha inspirações temáticas na série *Modern love*, produzida pela Amazon Studios e disponível na plataforma de *streaming* Prime Video. Confesso, porém, que não estava muito feliz com o rumo que meu trabalho estava tomando.

4.2 REFORMULAÇÃO

No semestre seguinte, o componente TCC II, já com meu orientador, foi decisivo para definir o caminho que eu poderia e deveria tomar no desenvolvimento do meu TCC. Logo na primeira reunião com Maurício Tavares, manifestei a minha insatisfação com o projeto que havia escrito ao longo do semestre anterior e a minha vontade de adotar uma abordagem diferente. Juntos, concluímos que a ideia de um *podcast* de contação de histórias sobre relacionamentos deveria ser substituída por uma trilogia audiosseriada que atravessasse a trajetória da TVNU.

Após essa reunião, segui com um planejamento inicial e decidi que meu produto seria produzido em três episódios de 20 minutos. A decisão por três em vez de quatro, como sugerido por Maurício, foi por:

- 1) Encaixar o projeto no conceito de trilogia; e
- 2) Por acreditar que essa organização seja melhor de um ponto de vista temático.

O projeto também teria um co-host: João Vitor Nunes, que vinha sendo um importante colaborador na toada de pensar a formatação do *podcast*, contribuindo com sugestões que nem sempre eram aceitas, mas eram invariavelmente ouvidas e refletidas com atenção. Questões como vinheta, abertura fria, música tema etc. foram discutidas entre nós.

Tendo finalmente decidido a estrutura do meu trabalho, comecei a realizar os primeiros contatos com pessoas que ficaram marcadas na TVNU por seu envolvimento com a página, fosse comentando assiduamente os *posts*, fosse surgindo com frequência como foco das publicações em si. A intenção era convidar esses seguidores a gravarem e enviarem áudios contando sua relação com a TVNU, que seriam reproduzidos e comentados no segundo episódio.

A estrutura narrativa inicial do *podcast* era a seguinte:

- **Episódio 1:** contexto, início, “modera” e auge

A ideia era que, nesse piloto, houvesse uma entrevista disfarçada de bate-papo. A função de João aqui seria conduzir a conversa de maneira a obter informações de mim acerca da criação e progressão da TVNU, porém sem assumir o protagonismo. A intenção era de que parecesse um papo casual no qual as informações surgissem quase que espontaneamente, e não uma entrevista convencional com pergunta e resposta.

- **Episódio 2:** seguidores populares

Para o segundo episódio, o planejamento era reproduzir e comentar áudios de pessoas que mais saíam e/ou interagiam na página.

- **Episódio 3:** declínio, sobrevida e promessas

O terceiro episódio fecharia o arco narrativo falando da queda de popularidade da página e dos motivos que podem ter levado a isso, bem como as tentativas de se tornar relevante novamente e as expectativas para o futuro.

4.3 GREVE

Em 2024, a UFBA passou por uma nova greve docente, deflagrada em 29 de abril, que durou 62 dias. Com isso, as atividades de orientação foram formalmente paralisadas, mas meu trabalho já estava bem encaminhado. O que faltava era basicamente a escrita do roteiro e a gravação.

4.4 CHURROS OU PIZZA

O nome do *podcast* foi decidido poucos dias antes da gravação. Trata-se de uma piada interna entre os seguidores da página, para fazer alusão à orientação sexual das pessoas que se buscavam. Churros é uma referência ao órgão sexual masculino, enquanto pizza, ao feminino. Perguntas como “Fulano gosta de churros ou pizza?” eram bastante comuns entre as postagens.

4.5 GRAVAÇÃO

Até o momento, se narrei as etapas de pré-produção do *podcast* no pretérito imperfeito, a razão se dá não só porque são ações anteriores a este momento de escrita, mas também porque, ao finalmente me reunir para gravar com João, percebi que mudanças precisavam ser feitas.

A gravação do *podcast* foi realizada após o fim da greve. A intenção inicial era fazê-la remotamente, por meio do aplicativo Zoom. A escolha por essa ferramenta foi não só pela comodidade de cada um gravar a partir de sua casa, dando maior flexibilidade para combinar horários, mas também pelo fato de ela separar automaticamente faixas de áudio de cada participante da ligação, o que facilitaria a edição.

Devido à falta de equipamentos apropriados por parte de um dos participantes, porém, no fim, a gravação foi feita presencialmente, em dois dias, usando um microfone condensador da marca FIFINE e o *software* Audacity.

Após gravarmos o primeiro episódio, e partirmos para o segundo, uma questão ficou evidente: este não se sustentava. Percebemos que um episódio focado em meramente reproduzir e comentar áudios de seguidores seria maçante e destoaria

dos outros dois. É verdade que muitos *podcasts* grandes adotam esse formato em edições comemorativas, mas percebemos que os áudios coletados não nos davam estofamento suficiente para pautar um episódio exclusivamente nisso.

Desse modo, o *podcast* foi reestruturado, durante a gravação, em dois episódios um pouco maiores e os áudios de seguidores foram distribuídos e inseridos como marcadores de blocos.

4.6 PÓS-PRODUÇÃO

A montagem foi feita por Maycon Menezes, utilizando o *software* Adobe Audition CS6. Maycon é um ex-aluno da Facom, formado em Jornalismo, que tem não só bastante competência em edição de áudio, mas também muita familiaridade com a mídia *podcast*. Sua participação nesse processo foi muito importante, tanto para resolver problemas quanto para dar sugestões.

4.7 VEICULAÇÃO

Churros ou Pizza foi um *podcast* produzido inicialmente como produto do meu TCC, de modo que sua disponibilização foi feita apenas à banca avaliadora. Após a defesa deste trabalho, será analisado se ele será disponibilizado para consumo do público geral. Existe ainda a possibilidade de transformá-lo em um projeto maior, dando-lhe continuidade com um *podcast* regular da TVNU.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Chego ao fim deste trabalho com o orgulho e a satisfação de quem se dedicou a um projeto de amor. A sensação de poder unir um gosto pessoal ao conhecimento em um trabalho tão importante como um TCC é incrível. Fazer um *podcast* sobre uma página universitária é algo que não seria possível em qualquer curso nem com qualquer orientador, e isso para mim é valioso. Esse *podcast* é mais do que um simples projeto acadêmico; é uma homenagem à TVNU e a todos os momentos e histórias que ela proporcionou ao longo dos anos. Espero que cada pessoa que ouvir esses episódios sintam-se inspirada a explorar e valorizar ainda mais as ricas interações que as redes sociais universitárias podem proporcionar. Que este trabalho sirva como um lembrete do poder que a comunicação digital tem de conectar pessoas e preservar histórias que, de outra forma, poderiam se perder no tempo.

REFERÊNCIAS

CASTELLS, M. A internet e a sociedade em rede. *In*: RODRIGUES, Luiz. **Blog A Crítica**, Caicó, RN, 2014. Disponível em:

<http://blogacritica.blogspot.com.br/2014/12/manuel-castells-internet-e-sociedade-rede.html>. Acesso em: 6 jul. 2023.

CINEMA COM RAPADURA. **Harry Potter, o fim da saga**. Fortaleza, 18 jul. 2011. Disponível em: <https://cinemacomrapadura.com.br/rapaduracast-podcast/6740/rapaduracast-249-harry-potter-o-fim-da-saga/>. Acesso em: 12 ago. 2024.

DELA COLETA, Alessandra dos Santos Menezes; DELA COLETA, Marília Ferreira; GUIMARÃES, José Luiz. O amor pode ser virtual? O relacionamento amoroso pela internet. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 13, n. 2, p. 277-285, abr./jun. 2008. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/pe/v13n2/a10v13n2>. Acesso em: 6 jul. 2023.

JANAY, Paula. Podcasters e seus ouvintes: afetos, engajamentos identitários e disputas sobre o fenômeno dos *podcasts*. **Comunicação Pública**, Lisboa, v. 16, n. 31, p. 1-21, 2021.

LANZETTA, Gus. **Ouvindo vozes**: como criar um podcast de sucesso e ainda ganhar dinheiro com isso. São Paulo: Planeta, 2021.

MOSCHETTA, Pedro Henrique; VIEIRA, Jorge. Música na era do streaming: curadoria e descoberta musical no Spotify. **Sociologias**, Porto Alegre, ano 20, n. 49, p. 258-292, 2018. DOI 10.1590/15174522-02004911. DOI: <https://doi.org/10.1590/15174522-02004911>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/soc/a/5XZxPbPwL7VhPdhdLgbmzfF/?lang=pt>. Acesso em: 6 dez. 2022.

OLIVEIRA, Sidnei. **Geração y**: ser potencial ou ser talento? Faça por merecer. 2. ed. São Paulo: Integrare, 2011.

SPOTIFY. Disponível em: <https://open.spotify.com/intl-pt>. Acesso em: 12 ago. 2024.

TJÄDER, Michelle Toscano. Spotted: A comunicação do amor. *In*: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL, 14., 2013, Cruz do Sul, RS. Anais eletrônicos [...]. Santa Cruz do Sul: Unisc, 2013. p. 1-14. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sul2013/resumos/R35-1398-1.pdf>. Acesso em: 12 ago. 2024.