



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE
CENTRO DE EDUCAÇÃO E CIÊNCIAS HUMANAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**



TALISSON LEONARDO RODRIGUES SOUZA

POLITICAJU: UM PODCAST SOBRE POLÍTICA EM ARACAJU

São Cristóvão
2021

TALISSON LEONARDO RODRIGUES SOUZA

POLITICAJU: UM PODCAST SOBRE POLÍTICA EM ARACAJU

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como
pré-requisito para a obtenção do título de Bacharel em
Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe.

Orientadora: Profa. Ma. Talita de Azevedo Déda

São Cristóvão
2021

TALISSON LEONARDO RODRIGUES SOUZA

POLITICAJU: UM PODCAST SOBRE POLÍTICA EM ARACAJU

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como pré-requisito para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal de Sergipe, submetida à aprovação da banca examinadora.

Defendido em: ____/____/____

BANCA EXAMINADORA

Profa. Ma. Talita de Azevedo Déda
(Orientadora)

Profa. Dra. Maíra Carneiro Bittencourt Maia
(1ª Examinadora)

Prof. Dr. Vitor Curvelo Fontes Belém
(2º Examinador)

São Cristóvão, Julho de 2021

AGRADECIMENTOS

Nem um passo sequer, de todo o processo que segui para chegar até aqui, teria sido dado se não fosse pela força, coragem e perseverança da mulher que conheço como a mais forte do mundo, minha mãe, Renalva Rodrigues de Souza, que cuidou sozinha de seus três filhos na maior parte da vida. Minha base e meu forte, a quem dedico este trabalho e todo orgulho que ele lhe trouxe e couber. Te amo, coroa!

Agradeço também às minhas duas irmãs, Tábata Souza e Tássila Souza, que sempre me apoiaram em todas as decisões que tomei e que não aguentaram me ver raspando a cabeça quando passei no vestibular. Esse resultado não é meu, é nosso e muito mais está por vir. Amo vocês demais!

Cito aqui, ainda, meus tios Élio, Eriosvaldo, Erionaldo, Neide, Lindinalva e tantos outros que sempre estiveram comigo quando precisei de apoio e suporte. Suas ações e palavras foram extremamente significativas durante toda minha vida acadêmica e sei que posso contar com cada um sempre.

Ao meu melhor amigo Samuel Santos que, sem ele, sem dúvida, nada teria sido como foi, o que é horrível só de imaginar. Mesmo ele achando, com certeza, que não conseguiria muita coisa sem mim, eu, falso-duro-de-queda, teria passado os piores perrengues da vida e, talvez, nem estivesse fazendo este trabalho caso ele não estivesse comigo. Muito obrigado por estar!

À minha amiga Taís, primeira colega de turma que encontrei pessoalmente assim que ingressei na faculdade. Alguém que, ao longo dos anos, reconheci nas nossas similaridades presentes em tantas diferenças e que entre início e fim de tantos apocalipses sempre esteve comigo. Sua ajuda nos trabalhos que enrolei para executar me fizeram chegar até aqui. Muito obrigado!

Não poderia deixar de listar aqui meus amigos Diego Eron, Marcos Paixão, Mateus Lima, Alan Oliveira, Anderson Plácido, Gláucia Andrade, Carol Santos, Kamila Santos, Téo Costa, Allan Máximo, Roberto Souza, Isabela Pinheiro, Joyce Oliveira, Geovan Gomes, Haline Farias, Letícia Nery e todos os outros que estiveram e/ou passaram e aos que sei que ainda estão comigo. O que cada um representa para mim, irei lembrar por toda a vida.

Deixo meus agradecimentos àqueles responsáveis por me alavancarem do ensino médio ao ensino superior, os professores Yuri Norberto, Elber Ricardo, Roney Marcos, Tiago Andrade, Maxsuely Aragão, Genildo Barbosa e Cris Andrade. Vocês foram e são o exemplo do que é trabalhar com a educação. O que aprendi excede os limites do aprendizado curricular e, por isso, sou extremamente grato, inclusive, por vocês ainda continuarem me ensinando.

À toda equipe da Rádio UFS FM, a casa onde me profissionalizei enquanto estudava e onde fiz bons amigos. Um agradecimento especial a Helder Santos, Liss Belfort, Cleiton Cavalcante e Josafá Neto. As risadas, os trabalhos e os ensinamentos me valeram uma vida que não conheço formas possíveis de pagar. Estou sempre com vocês!

Meu agradecimento especial ao meu primo e irmão, Edimar Souza, com quem pude desabafar, rir e contar com todo tipo de apoio não só durante o período de faculdade, mas também em toda a vida (mesmo ele tendo sido muito ciumento na nossa infância). Aproveito para agradecer também aos primos Andreza Couto, Cherle Lima, Sérgio Rodrigues, Renata Souza, Bruna Souza, Leandro Ortiz e todos os outros que estiveram ao meu lado nessa jornada.

Agradeço ainda a “Zé de Gilo”, melhor amigo do meu pai que sempre depositou muita confiança e apoiou minha carreira.

Agradeço também, aos entrevistados que participaram da produção deste podcast.

Minha gratidão à minha orientadora, Talita Déda, que teve extrema paciência comigo e nunca deixou de estar disponível para esclarecer dúvidas e me direcionar para o êxito neste trabalho.

Por fim, agradeço à banca examinadora, composta pelo querido e sempre prestativo professor Vitor Belém e pela professora Máira Bittencourt, minha orientadora no pré-projeto de TCC, contribuindo para que esse processo fosse menos complicado.

RESUMO

O presente trabalho apresenta o memorial descritivo para a concepção do podcast “Politicaju: um podcast sobre política em Aracaju”, um Trabalho de Conclusão de Curso de Jornalismo. Nele é abordado a história do rádio no Brasil na visão dos autores Lia Calabre (2002), Maria Filomena Salemme (2017), Sêmia Mauad (2009), Plínio Marcos Volponi Leal (2009), João Paulo Meneses (2010), Luís António Santos (2015) e Paula Cordeiro (2004), para que possamos entender o podcast do surgimento ao desenvolvimento no país, principalmente nos últimos anos, apresentando suas características, semelhantes ao gênero, formato e linguagem radiofônica, com base nos estudos de Eduardo Vicente (2002) e Marcelo Freire (2011), sem deixar de dar ênfase às particularidades que cada um possui e que os diferem. Além disso, este trabalho traz também conceitos sobre enquadramento noticioso e jornalismo político pela ótica de José Marques de Melo (2008), Timothy Cook (2011), Jonathan Stray (2015) e Plínio Marcos Volponi Leal (2007), que justificam a produção deste podcast voltado para atender a população de Aracaju com conteúdo noticioso diferente do que já é apresentado em grande parte da mídia local. O projeto ficou dividido entre a pré-produção, com a elaboração das pautas e roteiros; produção, com a gravação do *off* e a coleta do material das entrevistas; e pós-produção, com a edição e finalização desse produto midiático, bem como a elaboração. O resultado obtido apresenta um produto diferencial, informativo e de relevância social para a população de Aracaju.

Palavras-chave: Podcast; Mídia; Jornalismo político; Rádio; Aracaju.

ABSTRACT

This paper presents the memorial for the development of the podcast “Politicaju: um podcast sobre política em Aracaju”, a final Project of journalism course. It’s about the history of radio in Brazil in the authors Lia Calabre (2002), Maria Filomena Saleme (2017), Sêmia Mauad (2009), Plínio Marcos Volponi Leal (2009), João Paulo Meneses (2010), Luís António Santos (2015) and Paula Cordeiro (2004) point of view. So, for the podcast understanding of emergence of development in the country, especially in recent years, presenting characteristics, similar to the genre, format and radio language, based on studies by Eduardo Vicente (2002) and Marcelo Freire (2011), without emphasize the particularities differentiates between them. Furthermore, this paper also brings concepts about framing news and political journalism from the perspective of José Marques de Melo (2008), Timothy Cook (2011), Jonathan Stray (2015) and Plínio Marcos Volponi Leal (2007), which justify the podcast production aimed at Aracaju population with a different kind of news already presented in local mídia. The project was divided into pre-production, with preparation of agendas and scripts; production, with the off-graph and the collection of interview material; and post-production, with the editing and finalization of this media product, as well as the elaboration. The result shows a differential, informative and socially relevant product for the population of Aracaju.

Keywords: Podcast; Media; political journalism; Radio; Aracaju.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	9
2. JUSTIFICATIVA	11
3. OBJETIVOS.....	13
3.1 Objetivo geral	13
3.2 Objetivos específicos	13
4. METODOLOGIA.....	14
5. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DO RÁDIO	16
5.1 Gêneros radiofônicos	18
5.2 Linguagem radiofônica	19
6. O ADVENTO DO PODCAST	20
6.1 Características do podcast	22
6.2 Podosfera.....	25
7. JORNALISMO POLÍTICO	28
8. O PRODUTO	31
8.1 Pré-produção	31
8.2 Produção	41
8.3 Pós-produção	42
8.4 Trabalhos referenciais	42
9. CONSIDERAÇÕES FINAIS	45
REFERÊNCIAS.....	47
APÊNDICE.....	51

1. INTRODUÇÃO

O podcast como conhecemos hoje surgiu a partir de um outro fenômeno moderno da internet: a *Wild Word Web* (WWW), um espaço virtual que, segundo Monteiro (2001), possibilita o compartilhamento de conteúdos multimídia como sons, imagens e gráficos, através da internet. As novas possibilidades oferecidas pela rede e a popularização desse meio de comunicação, além do desenvolvimento de dispositivos que facilitaram seu acesso na sociedade moderna, foram essenciais para que o podcast se consolidasse ao longo dos últimos anos e em 2019 alcançasse um crescimento de 67% (TERRA, 2020). Só no Brasil, 40% das pessoas que têm acesso à internet já ouviram algum podcast pelo menos uma vez, de acordo com a pesquisa IBOPE (2019).

Esse tipo de conteúdo fonográfico surgiu em 2000, mas só se popularizou a partir de 2004. Suas características induzem, em um primeiro momento, a especular que o podcast é uma adaptação do rádio, em razão da sua semelhança com esse meio de comunicação, pensamento que não deve ser considerado, tendo em vista que ambos contam com características próprias na composição de seus conteúdos, havendo, no caso, algumas “heranças” deixadas de uma mídia para a outra, como veremos mais adiante.

A denominação “*podcast*” é resultado da junção dos termos “*pod*”, originário do *iPod* (nome do tocador de MP3 mais popular do mundo criado pela *Apple Computer*) e “*cast*”, advindo do *broadcast*, que quer dizer “transmitir algo utilizando algum tipo de mídia”. Inicialmente, o consumo desse tipo de mídia era limitado e ocorria através do acesso por computador. Nele, o usuário “garimpava” novos episódios de diferentes produtores de podcasts na rede. Logo, surgiram as vantagens da distribuição em tempo real do *Really Simple Syndication* (RSS). Segundo Medeiros (2005), essa tecnologia poupou o tempo dos usuários ao baixar automaticamente novos conteúdos. Hoje, com o vasto catálogo de podcasts que tratam de uma variedade imensurável de assuntos e que podem ser criados por qualquer pessoa (característica típica deste meio de comunicação), o consumo dessa mídia se tornou popular em plataformas móveis de *streamings* como o Spotify, Deezer e Apple Music, o que possibilita o crescimento do seu consumo.

A proposta deste memorial é apresentar o assunto *podcast*, abordando seu surgimento, suas características e pesquisas que apontam como esse produto midiático tem

se popularizado no Brasil nos últimos anos, a fim de defender a apresentação de um projeto experimental do Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe, resultado da produção de três episódios de *podcasts* relacionados à política em Aracaju ao que antecede a chegada desse assunto às esferas de poder.

O projeto leva o nome de “Politicaju” e traz os seguintes episódios: “Plano diretor e as promessas para Aracaju”, “A bancada feminina na capital sergipana” e “O voto impresso na mira das eleições 2022”. Cada episódio deve abordar seus respectivos assuntos no formato de entrevista com especialistas convidados. A escolha desse formato foi tomada levando em conta que, segundo Abud, Ishikawa e Gonzaga (2019), 35% dos consumidores de podcast preferem esse formato e 47% consideram que ele deveria ser mais explorado.

A ideia de trabalhar esse projeto na vertente do jornalismo político ocorre com o intuito de disponibilizar ao público local um produto midiático diferente para consumir informações a respeito de política, na contramão de como os meios de comunicação locais tratam sobre essa vertente do jornalismo. Nesse *podcast*, a intenção é fugir dos assuntos tratados sobre política no viés do que ocorre no legislativo, executivo e judiciário local para trazer outras vertentes existentes do âmbito da política, tendo em vista que “num nível mais profundo, o jornalismo é atraído para tipos específicos de histórias, com valores específicos, mais do que para outros” (COOK, 2011, p. 207), que, nesse caso, seria a discussão sobre política fora dos espaços de poder onde ela é comumente debatida.

Através dessas plataformas de streaming, o podcast estará mais disponível à população como um meio de acesso à conteúdo noticioso, do que as mídias tradicionais, uma vez que é possível ter acesso a ele a qualquer momento e em qualquer lugar, sendo necessário possuir um dispositivo como um smartphone, notebook ou tablet, ter acesso à internet e uma assinatura na plataforma, sem precisar pagar por ela.

Com o resultado final do projeto, espera-se que algumas dúvidas em relação ao Plano Diretor de Aracaju, à presença feminina no cenário político eleitoral local e à proposta de voto impresso para as eleições 2022 possam ser elucidadas com os esclarecimentos prestados pelos entrevistados em cada um dos podcasts produzidos e que esses conteúdos noticiosos tragam reflexão acerca desses temas para a sociedade aracajuana.

2. JUSTIFICATIVA

De acordo com uma pesquisa realizada pela Kantar Ibope, encomendada pelo Grupo Globo, o número de pessoas que ouviram regularmente algum tipo de podcast cresceu 33% de 2019 para 2020 (GLOBO, 2021). As informações levantadas pela pesquisa ainda dão conta de que atualmente o Brasil possui 28 milhões de pessoas que consomem essa mídia nas plataformas onde elas estão disponíveis e que 53% desse público tem até 34 anos. O Nordeste é a segunda região com maior número de ouvintes regulares, com 26% da audiência.

Em 2020, só com o Spotify, plataforma mais utilizada pelos brasileiros para ouvir podcast, foi registrado um aumento de 200% no consumo, segundo uma matéria de Guilherme Sobota publicada no portal Terra (TERRA, 2020).

Já em entrevista à revista Exame, a diretora-geral do *Spotify* para a América Latina, Mia Nygren, explicou que a plataforma já possui cerca de dois milhões de podcasts hospedados em todo o mundo. Além disso, a empresa continua investindo no Brasil e lançou 40 podcasts originais para o público (EXAME, 2020), como o “Horóscopo Hoje”, um podcast diário com tempo médio de dois minutos, que aborda a previsão astrológica de cada um dos signos do zodíaco e que foi o mais ouvido pelos brasileiros em 2020, segundo o portal Terra (TERRA, 2020).

Uma outra pesquisa realizada em 2019 pela Associação Brasileira de Podcasters (ABPOD) apontou que a idade média do ouvinte de *podcast* passou de 29 para 28 anos e a maioria (31%) possui ensino superior completo. Além disso, os dados apontam também que a maioria das pessoas entrevistadas (16,27%) afirmaram que consomem *podcast* há aproximadamente dois anos. De todos os entrevistados, mais de 64% consomem esse tipo de mídia há pelo menos cinco anos.

A pesquisa da ABPOD também questionou aos entrevistados quais os principais assuntos de interesse e de preferência que eles costumam ouvir e o resultado obtido foi que a procura por assuntos relacionados à cultura pop e à política foram dois dos que mais cresceram de 2018 a 2019, registrando 13,1% em números absolutos das respostas.

Os resultados apontados por essas pesquisas mostram como é possível, através do *podcast*, oferecer ao ouvinte uma nova forma de consumir notícia e informação,

principalmente quando levamos em conta que esse produto midiático “pode ser explorado tanto como micromídia quanto como mídia de nicho” (PRIMO, 2005, p. 4). Pensando nisso e em questões que envolvem o jornalismo político encontrado na mídia tradicional, principalmente no que diz respeito ao fato que “a maioria das coberturas políticas é sobre políticos, e não sobre as coisas com que me preocupo e com as medidas que eu poderia vir a tomar” (STRAY, 2015), o *podcast* “Politicaju” surge como uma nova proposta para levar o que há de mais relevante sobre a política aracajuana à população da capital sergipana, o que impacta diretamente em suas vidas cotidianamente.

Para a comunicação social, o projeto oferece um novo canal informativo acerca dos assuntos políticos locais e uma nova alternativa para a população, frente às organizações jornalísticas já existentes na cidade. Ele leva em conta critérios de noticiabilidade que sustentarão a sua proposta e que trazem os fatores de importância e interesse e a relevância da proximidade existentes em cada episódio, de maneira que seja evidenciado como os acontecimentos justificam o caráter noticioso de um fato, como afirma Fernandes:

A resposta está inserida numa complexidade de fatores que vai das determinações estruturais da cobertura informativa à representação da realidade social, da função do público à autonomia da profissão de jornalista, das rotinas produtivas aos critérios de relevância para a seleção da notícia, dos interesses próprios da organização jornalística aos contextos sócio, político, econômico e cultural nos quais está inserida (FERNANDES, 2004, p. 2).

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo geral

Este trabalho tem como objetivo elaborar um *podcast* sobre política em Aracaju, abordando esse assunto fora das esferas de poder, como o legislativo, executivo e judiciário, com a finalidade de oferecer para o público consumidor de podcast dessa localidade novas alternativas para se manter informado acerca de assuntos políticos de interesse público, com temas de relevância social que impactam a vida das pessoas no cotidiano, além de ser uma forma de democratização dos meios de produção de conteúdo sobre a política na capital sergipana.

3.2 Objetivos específicos

- Discutir sobre o *podcast*, suas características e processos de produção de conteúdo;
- Abordar assuntos do jornalismo político que sejam de relevância para a população aracajuana;
- Popularizar as discussões acerca da política aracajuana;
- Discutir sobre a política para além da sua construção nas esferas de poder.

4. METODOLOGIA

O processo de produção do *podcast* ocorreu em três etapas, sendo elas: pré-produção, produção e pós-produção, que foram realizadas de forma virtual, por conta da pandemia de Covid-19, visando preservar a saúde dos envolvidos, além de respeitar as medidas sanitárias estabelecidas por órgãos de saúde, pelo Governo do Estado, pela Prefeitura de Aracaju, a fim de evitar a proliferação do vírus.

A escolha dos entrevistados teve como base o papel que cada um exerce na sociedade, bem como sua especialização de acordo com o tema abordado nos episódios, decisões respaldadas nos critérios de noticiabilidade da produção jornalística, em que estão inseridas instâncias, segundo Silva (2005), que vão do tratamento dos fatos à relação mantida entre repórter, fonte e público, critérios que não funcionam separadamente na produção da notícia.

Os entrevistados utilizaram seus próprios aparelhos móveis e seus respectivos aplicativos de gravação de voz para responderem os questionamentos feitos sobre cada assunto e enviaram os arquivos produzidos via aplicativo de troca de mensagens: Whatsapp. Cada arquivo foi editado por Cleiton Cavalcante, um profissional da área de edição de áudio com quem trabalhei por aproximadamente três anos na Rádio UFS FM. Para esse processo, foi utilizado o programa Sony Vegas Pro, um *software* editor de áudio e de vídeo disponível para computadores. O mesmo programa foi utilizado para editar os três episódios, com a perspectiva de que sejam disponibilizados em todas as plataformas de streaming para acesso do público.

Foi também desenvolvido um arquivo de imagem com o título do *podcast* como capa de apresentação desse conteúdo nas plataformas de *streaming*. O trabalho foi desenvolvido pelo designer Gabriel Silva Santos, um profissional que conheci através de seus trabalhos. Na arte consta a Ponte do Imperador Dom Pedro II, um monumento datado do século XIX localizado às margens do Rio Sergipe, no Centro da cidade, considerado um dos principais símbolos de Aracaju, além de outros elementos imagéticos. Para a elaboração, foi utilizado o programa Adobe Illustrator.

Os processos de produção serão detalhados no tópico 8 desse memorial, de modo a descrever melhor a produção do conteúdo por etapas. Para a construção da fundamentação teórica do TCC, foi utilizada a pesquisa bibliográfica que, segundo Traina e Traina Jr.

(2009), tem como objetivo indetificar os conceitos, técnicas e ferramentas para a realização deste trabalho através da exploração de trabalhos semelhantes e percussores, a fim de encontrar resultados do mundo real que justificam a defesa desse projeto.

Nele, foram abordados os conteúdos sobre o surgimento do rádio no Brasil, para que fosse possível compreender melhor o surgimento do podcast no país, através dos estudos de Lia Calabre (2002), Maria Filomena Salemmme (2017), Sêmia Mauad (2009), Plínio Marcos Volponi Leal (2009), João Paulo Meneses (2010), Luís António Santos (2015) e Paula Cordeiro (2004). Para a elaboração deste trabalho, foram analisadas também as pesquisas de Eduardo Vicente (2002) e Marcelo Freire (2011) acerca do gênero, formato e linguagem radiofônica, além dos trabalhos de José Marques de Melo (2008), Timothy Cook (2011), Jonathan Stray (2015) e Plínio Marcos Volponi Leal (2007) sobre enquadramento da notícia e jornalismo político e de Alex Fernando Teixeira Primo (2005), Silvana Drumond Monteiro (2007), Eugênio Paccelli Aguiar Freire (2017) e outros autores acerca do *podcast*.

5. CONTEXTUALIZAÇÃO HISTÓRICA DO RÁDIO

A primeira demonstração pública de uma transmissão fonográfica no Brasil se deu através das ondas hertzianas do rádio no dia 7 de setembro de 1922. Nessa mesma data era comemorado o centenário da independência do país. O evento que festejava esse marco na história brasileira contou com uma série de atrações que provocaram a participação de um grande público. Nessa ocasião, o então presidente da república, Epitácio Pessoa, utilizou pela primeira vez no país o meio radiofônico para realizar um discurso.

De acordo com Calabre (2002), a nova tecnologia acabou chamando atenção das pessoas que se encontravam em via pública naquele dia para comemorar o centenário da independência do Brasil na cidade do Rio de Janeiro, mesmo com baixa qualidade do som, fazendo com que as pessoas imaginassem que se tratasse de algum tipo de artimanha enganosa.

A partir daquele momento, esse meio de comunicação passou por transformações que culminaram no rádio que temos hoje nos automóveis, aparelhos de som, celulares e outra variedade de dispositivos. Para chegar até aqui, o rádio passou por diversos processos históricos que foram responsáveis pelo desenvolvimento dessa tecnologia ao longo dos anos. No Brasil, ele alcançou seu apogeu entre 1940 e 1950, quando a produção fonográfica chegou ao patamar do mais importante meio de comunicação presente no país

Àquela época, “o rádio era um aparelho grande (sem mobilidade) que fazia parte do mobiliário da casa e ocupava um local central na sala de estar” (SALEMME, 2017, p. 2), período que ficou conhecido como “a era de ouro” do rádio brasileiro, apresentando as seguintes mudanças, segundo Mauad:

A programação abandonou o seu perfil educativo e elitista para se firmar como um meio popular. Houve mudanças na linguagem, que se tornou mais simples, direta e de fácil entendimento. A audiência aumentava a cada dia, pois, a programação se tornou mais bem organizada e diversificada (MAUAD, 2009, p. 5).

Ainda àquela época, “a venda de espaços comerciais para as agências de publicidade, muitas delas americanas, exigiu a profissionalização do rádio” (LEAL, 2009, p. 4), o que garantiu qualidade no produto radiofônico que era veiculado nesse meio de comunicação.

A busca por profissionais capacitados para trabalharem, tanto nos bastidores, quanto

na atuação direta do rádio, fez com que muito dinheiro fosse investido nesse segmento, por esse motivo o período foi considerado o de maior lucro, qualidade e quantidade de produtos entregues por esse meio de comunicação. No período, ficaram conhecidas as transmissões dos programas de auditório, radionovelas, programas humorísticos e de variedades, que fizeram muito sucesso, mas que hoje não fazem mais parte da programação das emissoras de rádio que existem no país.

Um pouco mais a frente na história do rádio no Brasil, esse meio de comunicação acompanhou as transformações políticas que mudaram o cenário do país até a chegada da TV na década de 1950. De acordo com Leal (2009), essa foi uma outra tecnologia midiática que passou a ser implementada aqui e que funcionava de forma semelhante ao rádio, já que uma de suas características era o aspecto radiofônico com o acréscimo de imagens.

Com a chegada da TV e do atrativo de imagem aliada ao som que surgiu com o rádio, o brasileiro foi conquistado pela nova tecnologia que havia chegado. No entanto, a TV, assim como ocorreu com o rádio, não chegou no país já sendo um produto popular e acessível. Por se tratar de uma nova tecnologia, ter esse dispositivo em casa custava caro e ele só se tornou popular a partir dos anos de 1960.

A TV foi uma ameaça para o rádio e transformou esse meio de comunicação. Pode-se afirmar que, com a chegada dos aparelhos televisivos no Brasil, o rádio enfrentou sua primeira crise, tendo que mudar sua dinâmica de funcionamento para não perder totalmente o espaço nos lares para as emissoras de TV que surgiam conforme esse meio de comunicação ganhava o gosto da população.

A invenção e quase imediata popularização da televisão retiraram a rádio da sala (e mesmo do quarto) de casa, colocando-a em acumulação com outras tarefas: conduzir, correr, estudar. A rádio tornou-se mais musical, não só porque a música é altamente propícia ao consumo secundário como é mais barata - e a Rádio que sai do choque televisivo é uma rádio que perde receitas publicitárias para a televisão (MENESES, 2010, p. 2).

Algumas décadas depois, uma nova “ameaça” surgiu para o rádio: a Internet, principalmente após o surgimento de outros conteúdos fonográficos, agora produzidos e disseminados pelo meio virtual. O início e o crescimento do consumo desse tipo de conteúdo gerou novos questionamentos sobre o futuro do rádio, fazendo com que, mais uma vez, fosse necessário que esse meio de comunicação se reinventasse para se preservar na sociedade.

Nesse contexto, “a rádio enfrenta, também, agora, o importante desafio de encontrar para si um novo espaço num ecossistema mediático que se encontra, todo ele, em fluxo” (SANTOS, 2015, p. 193). No entanto, com o desafio aceito, o meio radiofônico não só se adaptou a era digital como passou a se inserir nela. Foi deixada de lado a produção convencional do rádio ao passo que ele “afasta-se do seu conceito original e, no website, pode apresentar serviços distintos da emissão radiofônica, estabelecendo uma nova estrutura, mais rica e variada que concorre directamente com o formato tradicional da rádio” (CORDEIRO, 2004, p. 3).

5.1 Gêneros radiofônicos

Dentro da produção radiofônica, o que não falta é espaço para uma variedade de gêneros e diferentes formatos para a produção. Eles servem para ampliar a diversidade de conteúdos que podem ser veiculados nesse tipo de mídia, que vão do jornalístico ao entretenimento.

Para tornar mais fácil a compreensão do que é o gênero radiofônico, podemos pensar da seguinte forma: existe o rádio como mídia e os produtos criados nele possuem gêneros específicos de diferentes formatos. “A classificação de gêneros fornece, no mínimo, condições para uma compreensão mais didática das possibilidades de produção que o rádio pode nos oferecer” (VICENTE, 2002, p. 1).

Segundo Vicente (2002), os gêneros radiofônicos existentes são: o publicitário ou comercial, o jornalístico ou informativo, o musical, o dramático ou ficcional e o educativo-cultural. Além dessa variedade de gêneros, cada um deles possui diferentes formatos.

Os formatos radiofônicos “são os modelos que podem assumir os programas realizados dentro de cada um dos diferentes gêneros” (VICENTE, 2002, p. 1). Podemos encontrar características que distinguem a forma que cada material foi produzido dentro de um gênero específico, através desses formatos. Utilizando como exemplo o gênero jornalístico, nele é possível encontrar formatos como a reportagem, o boletim, a nota, a entrevista, a externa, assim como a crônica, o debate, o radiojornal, o documentário radiofônico e também os programas esportivos.

Esse leque de possibilidades para a criação de conteúdo dentro do rádio faz com que

diversos públicos possam ser atingidos, a depender do interesse que o veículo de comunicação tenha com sua produção, bem como a relação que o ouvinte tenha com o rádio e o conteúdo midiático que deseja consumir.

5.2 Linguagem radiofônica

Quem tem o hábito de consumir conteúdo fonográfico com certeza já se deparou com alguma produção repleta de sons que remetem a alguma situação ou realidade já vivida no cotidiano. Aquela propaganda publicitária que você acaba ouvindo no carro, enquanto dirige, sobre os cuidados para se ter com seu pet, por exemplo, caso repare, na maior parte desse tipo de conteúdo há algum som transmitido que se assemelha a sons produzidos normalmente por cachorro ou gato, que são os animais domésticos mais comuns.

Esse tipo de linguagem utilizada pelo meio radiofônico é a forma encontrada por ele para que seja possível manter uma aproximação com o ouvinte e de compreensão rápida da mensagem, segundo Freire (2011). A linguagem radiofônica é construída através do texto oralizado, com o silêncio, a música e o efeito sonoro, permitindo “possibilidades variadas de diálogo e aproximação com o ouvinte” (FREIRE, 2011, p. 136).

A linguagem radiofônica é também caracterizada unicamente através dos sons que são emitidos pela transmissão do conteúdo radiado para o ouvinte, única forma possível de emitir mensagens para o público através desse meio. Para que essa linguagem seja clara e facilite a comunicação com o ouvinte, ela pode ser ambientada com efeitos sonoros. Dessa maneira, é possível realizar a “recriação de cenários e o ‘transporte’ do ouvinte ao palco dos acontecimentos” (FREIRE, 2011, p. 136).

Freire chama a atenção também para os cuidados que devem ser mantidos na construção desses novos cenários, tendo em vista a importância de se preservar a trilha, a entonação e os efeitos sonoros, bem como a relação harmônica entre esses elementos para que a aproximação com o ouvinte seja garantida e que não haja interferência nem subentendimentos no resultado final da informação que se pretende radiar.

6. O ADVENTO DO PODCAST

A história do *podcast* surge a partir das possibilidades da era virtual e no momento em que cresce o número de pessoas que estão se inserindo no ciberespaço, local onde, segundo Monteiro (2007), a sociedade pode interagir de forma virtual, lidando com as diversas informações sobre uma variedade de assuntos em uma plataforma que agrega todos os tipos de mídias e que encurta distâncias geográficas. Com isso, podemos afirmar que, não necessariamente, o *podcast* é um produto oriundo do rádio, nem que foi pensado como uma possibilidade de estabilização desse meio de comunicação na era da internet. As primeiras versões do que pode ser considerado como *podcast*, na verdade, surgiram fora do que era produzido pelas grandes mídias.

Em seus estudos acerca da história dessa mídia, Freire (2017) aponta que os blogs criados a partir dos anos de 1998 foram as plataformas hospedeiras que possibilitaram o surgimento das primeiras produções mais próximas do que temos e conhecemos atualmente como *podcast*.

Posteriormente, por volta dos anos 2000, a incursão de audioblogs emergiu de forma natural. Essa tecnologia tratava originalmente da disponibilização em formato MP3 de gravações em áudio relativas aos conteúdos das postagens nos blogs. [...] No âmbito técnico, a limitação do sistema RSS a materiais em texto acabava por impossibilitar os audioblogs de gozarem da possibilidade de assinatura, obrigando, desse modo, seus usuários a acessarem as páginas dos blogs para download daquelas produções. (FREIRE, 2017, p. 60).

Quem já lidava com essa nova realidade do mundo da hipertextualidade, que se estabelecia na era da internet no início dos anos 2000, vivenciando o crescimento e a expansão da *web* no mundo contemporâneo, era Adam Curry, um ex-Vj da MTV (canal de televisão norte-americano com transmissão a cabo e por satélite) que hoje é considerado por grande parte dos pesquisadores da comunicação como o pai do *podcast*. Adam viu na internet a possibilidade de criar um produto semelhante ao que já existia nas rádios de transmissão hertzianas, mas com a possibilidade de proporcionar aos ouvintes a liberdade de poder ouvir quando quiser os conteúdos de áudio, diferente do que ocorria com as transmissões nas rádio tradicionais que não tinham outra alternativa a não ser disponibilizar seus conteúdos para serem ouvidos em tempo real por estarem presas à grade de programação.

A ideia do Podcasting estava pronta: utilizando um software de computador para gravação de áudio e um microfone, Adam produzia os

seus próprios programas de 30 minutos, num formato convencional de um programa de rádio com aberturas, notícias, músicas e vinhetas disponibilizando este arquivo na Internet de forma que qualquer pessoa pudesse acessar. (DE MEDEIROS, 2005, p. 2).

Um recurso que proporcionou a Adam o sucesso de sua invenção foi o *Ipod*, tocador de MP3 da Apple que, mesmo não sendo o único reprodutor compressor de áudios criado à época, tornou-se o mais popular. Foi a partir dele, inclusive, que surgiu o nome para esse produto de mídia de áudio mundialmente conhecido nos dias de hoje.

De Medeiros (2005) aponta, ainda, que Adam tinha o desejo de ir além do que já havia conquistado com seu projeto e, por isso, passou a buscar medidas para disponibilizar esses conteúdos de áudio, os já então podcasts, de forma automática nos dispositivos que as pessoas utilizavam, fosse no computador, no *Ipod* ou em outro *gadget* reprodutor de MP3. Para isso, Adam e alguns desenvolvedores da área da computação, como Dave Winer, criaram o *Ipodder*, um *software* que utilizava a tecnologia de busca automática, criado desde 1999.

O RSS, um formato de distribuição em tempo real pela internet que à época era normalmente utilizado apenas em arquivos de textos disponíveis na web, em decorrência da sua disponibilidade ser apenas para esse formato, passou a funcionar também no mesmo sentido para os arquivos de áudio. Segundo Primo (2005), a tecnologia funcionava da seguinte forma: o *Ipodder* era instalado em um dispositivo e realizava uma busca automática na rede com base nos conteúdos previamente personalizados, funcionamento padrão do RSS. Esse “pequeno arquivo de texto, escrito na linguagem XML, permite que softwares chamados de ‘agregadores’ possam ser ‘avisados’ quando um novo episódio do podcast foi publicado” (PRIMO, 2005, p. 5).

E dessa forma acontecia: o conteúdo pré-definido pelo usuário como sendo do seu interesse era descarregado em forma de arquivos e, de maneira automática, diretamente no seu dispositivo sem que houvesse a necessidade de que o próprio usuário procurasse pelo produto na *web* e realizasse todo o procedimento ou decidisse ouvir de forma *online*.

Gradativamente, o podcast ganhou espaço na *web* de modo proporcional ao crescimento de usuários da rede. Do mesmo modo, crescia o número de pessoas com acesso a esses dispositivos, que podiam produzir, reproduzir e compartilhar seus próprios episódios de *podcast*.

Em janeiro de 2000, eram estimados 4,5 milhões de “internautas”. Atualmente, cerca de 10 milhões de brasileiros podem acessar a Rede de suas residências. Se consideradas as pessoas que têm acesso apenas nos seus locais de trabalho, esse número sobe para 15 milhões (MONTEIRO, 2001, p. 28).

Esse salto exponencial no número de usuários foi essencial para o crescimento da produção e para a popularização do podcast, por isso, no ano de 2004 o *podcast* foi definitivamente considerado como um formato de mídia pelos pesquisadores da comunicação. Foi nesse ano que Curry produziu, segundo Freire (2017), o *podcast* diário “*Daily Source Code*”, programa criado de forma excepcional para encontrar colaboradores que estivessem dispostos a realizar melhorias e aprimoramentos no *Ipodder*.

As transformações e atualizações dos *podcasts* foram tão expressivas a ponto de, no ano de 2005, eles serem disponibilizados no programa *iTunes* da Apple, reprodutor de áudio e vídeo que também organizava e servia como plataforma para compra desse tipo de mídia. Com isso, é importante ressaltar o impacto e a importância que a Apple teve no desenvolvimento do *podcast*, por se tratar de uma empresa norte-americana da computação reconhecida mundialmente e uma das maiores da atualidade. Seu papel, desde os trabalhos de Adam Curry, foi essencial para que o *podcast* ganhasse o espaço que possui hoje na área da comunicação.

Até então, podemos entender melhor a forma como esse tipo de mídia de áudio surgiu na sociedade contemporânea, em um período de expansão do ciberespaço com o advento da rede, fenômeno que transformou, e continua transformando, a forma como passamos a nos relacionar com outras pessoas, como consumimos produtos midiáticos e como lidamos com o mundo de maneira geral. Assim, conhecendo a história do surgimento do *podcast*, podemos trazer os principais apontamentos sobre suas características, que vão desde a forma como atualmente esse produto midiático vem sendo produzido até a maneira como as pessoas consomem essa mídia.

6.1 Características do *podcast*

Sabemos que “os meios de comunicação mais recentes podem tanto herdar e se apropriar de elementos de seus predecessores quanto atualizá-los” (PRIMO, 2005, p. 3), é por isso que o *podcast* herda traços da produção das rádios, principalmente durante a sua

consolidação como novo produto midiático. Em razão dessa tendência, Adam Curry propôs, inicialmente, produzir um programa praticamente igual ao das rádios, com a diferença de que houvesse uma flexibilidade proporcionada pela forma de distribuição, para que o ouvinte pudesse consumir esse programa quando quisesse, quantas vezes quisesse.

Ao mesmo tempo em que o *podcast* herda do rádio recursos como a linguagem radiofônica e a aplicabilidade dos efeitos sonoros, com a finalidade de transmitir de forma clara o conteúdo dos episódios, eles se diferem no quesito duração, por exemplo. É possível encontrar episódios de *podcast* com horas de duração, ou até mesmo alguns que pouco passam de um minuto, o que, “a falta de padronização do formato é elementar na maioria dos casos, ao tomarmos como exemplo os diversos produtos midiáticos em *Podcast*” (PADILHA, 2020, p. 6).

Uma outra diferença entre essas duas mídias é a forma como o público consome o conteúdo, o que é influenciado pela forma como eles são distribuídos e disponibilizados. No rádio, a transmissão acontece em tempo real, respeitando uma grade de programação estabelecida, de forma simultânea ao que o locutor está narrando no exato momento, através das ondas eletromagnéticas que se propagam pelo espaço e chegam até o aparelho receptor do sinal. Hoje, é possível ouvir o rádio em aparelhos de rádio convencionais como os que temos em casa, desde os de pilha até no celular, entre outros meios de acesso. Isso sem contar, claro, com as rádios web, que funcionam de maneira semelhante à rádio tradicional, mas sua forma de transmissão do conteúdo que ocorre em tempo real não é através das ondas hertzianas, como acontece com o rádio tradicional, mas sim, através da rede. Essas rádios foram “criadas na própria Web, e outras, xensões virtuais de emissoras ‘físicas’, ou seja, as rádios que transmitem de modo convencional através de ondas hertzianas” (DE MEDEIROS, 2005, p. 7).

Já na produção e distribuição do *podcast* não há essa sincronia com o ao vivo como acontece com o rádio. O programa é gravado e disponibilizado em alguma plataforma hospedeira, e não veiculado em tempo real. Isso proporciona ao ouvinte a possibilidade de ouvir, quando e onde quiser, o episódio do *podcast*, ou ainda possa reproduzir novamente o mesmo episódio. O *podcast* também não conta com “um fluxo de programação que, historicamente, era um dos anseios dos profissionais que faziam o rádio desde a sua criação” (DE MEDEIROS, 2005, p. 7). Não há, nesse caso, a necessidade de criar uma programação

de 24 horas diárias, com uma grade que obedece o tempo de duração de cada programa e conteúdo que é veiculado.

Nesse processo de identificação das características do podcast, é importante destacar o seu caráter hipertextual, que apresenta “característica seminal do ciberespaço, juntamente com a interatividade e multimedialidade” (DE MEDEIROS, 2005, p. 4), de maneira que “extrapola a simples escuta oferecendo imagens, além de capítulos e links para navegação no interior do programa e na web” (PRIMO, 2005, p. 14), recurso que o distingue das limitações do rádio tradicional, em que é possível só ouvir. Essas características podem ser consideradas como um grande diferencial, já que com isso os *podcasts* “permitem criar relações sociais na rede produzindo conteúdos descentralizados” (DE MEDEIROS, 2005, p. 5).

Para De Medeiros (2005), essa é a grande inovação gerada pelo *podcast*, “o poder da emissão”. Essa característica tira das mídias centralizadas o poder de produção e divulgação de conteúdo e permite que qualquer pessoa com recursos mínimos de captação de áudio e com acesso à internet possa criar conteúdo. No entanto, essa nova possibilidade não garante a produção de um conteúdo novo e diferenciado. Nesse sentido:

É preciso evitar, porém, que o entusiasmo com o novo potencial midiático do podcasting motive a defesa de que qualquer podcaster conhece melhor a verdade, ou que ele sim sabe o que é adequado para seu país ou sua comunidade. Podcasters costumam comentar notícias que encontram em jornais, revistas, rádios, programas de televisão ou mesmo em portais e periódicos da Internet. (PRIMO, 2005, p. 6).

Primo (2005) chega a classificar o podcast tanto como uma micromídia, quando os produtos são produzidos por indivíduos independentes que não estão ligados às grandes corporações de comunicação e que, de fato, alcança pequenos grupos de pessoas, como mídia de nicho, quando há participação das corporações de mídia na produção do conteúdo, deixando de atuar nas massas para atuar em públicos de nicho.

O *podcast* oferece ainda as possibilidades de utilizar as mãos e os olhos como formas de consumo do conteúdo, não se restringindo à escuta. Diferente do rádio, nessa mídia é possível realizar uma navegação por outros episódios de cada *podcast* ou realizar ações como, por exemplo, escolher no cursor do áudio um determinado momento do episódio que você queira ouvir, além de poder regredir no áudio, ou consumir conteúdos visuais, como

as capas de apresentação do podcast, bem como animações de apresentação, a depender da plataforma hospedeira desse conteúdo. Isso sem contar com os textos que resumem cada capítulo ou descrevem do que se trata cada podcast, ou pesquisas que os locutores possam sugerir que o ouvinte faça enquanto ouve o programa.

Com essas funcionalidades, o podcasting extrapola a simples escuta oferecendo imagens, além de capítulos e links para navegação no interior do programa e na Web. Quebra-se, assim, a linearidade da escuta e oferecem-se recursos hipertextuais e multimídia. (PRIMO, 2005, p. 14).

No processo de pesquisa acerca dos gêneros e dos formatos de *podcast*, foi identificado que ainda há pouco trabalho científico disponível sobre o assunto. Isso pode estar associado ao fato de desde a sua criação, o *podcast* carregar algumas características típicas do meio radiofônico. Dessa forma, as referências que são encontradas quando se deseja abordar sobre o podcast, na maioria das vezes, são sempre de produções sobre o rádio, por conta dessa similaridade, todavia, há como principal diferença o fato de o rádio seguir uma programação e o podcast, não.

Aqui no Brasil, uma pesquisa Abud, Ishikawa e Gonzaga (2019), sobre categorias e tipos de podcast, mostra que os podcasts apresentam variações de categorias que vão dos mais ouvidos pelos consumidores, (cinemas, séries e cultura pop; esportes e recreação; comportamento; notícias ou política) aos menos procurados (adulto ou erotismo; governo ou organizações; moda ou beleza; audiolivros).

Além disso, a pesquisa cita também as possibilidade de formatos das produções desses podcasts que se enquadram, segundo os autores, em sete formatos no total, sendo eles: bate-papo, debate, documentário ou jornalismo, entrevistas, jogos ou *game show*, monólogos, palestras ou ensaios, *storytelling* ou audiodrama.

6.2 Podosfera

Desde o seu surgimento e desenvolvimento a partir da primeira década dos anos 2000, o *podcast* passou a ganhar, gradativamente, cada vez mais ouvintes e espaço no mundo midiático. Os resultados de pesquisas anualmente apontam crescimentos exorbitantes no número de *podcasts* e de consumidores desse tipo de mídia, principalmente no Brasil.

Em uma entrevista à revista Exame no final do ano de 2020, a diretora-geral do Spotify para a América Latina, Mia Nygren, afirmou que a plataforma de *streaming* que agrega esse tipo de mídia, bem como músicas e vídeos, registrou aumento de 400% no número de *podcasts* no Brasil. O país, de acordo com ela, possui 22% dos usuários ativos do Spotify em todo o mundo. São cerca de 70,5 milhões de brasileiros que têm acesso a essa plataforma de *streaming* e, conseqüentemente, a todo o conteúdo de podcasts que ela disponibiliza, cerca de dois milhões em todo o mundo (EXAME, 2020).

Por ser um tipo de mídia simples de ser produzido, o *podcast* ganhou gosto popular e, não à toa, é possível encontrar episódios dos mais diversos tipos de conteúdo, como política, educação, filmes, autoajuda; uma variedade imensa para um público ainda maior. Diferente da mídia tradicional, institucionalizada, que insere em polos diferentes aqueles que produzem daqueles que consomem, no podcast ocorre de maneira diferente, ocorrendo o que Santos chama de “desterritorialização” deste fato.

Ao analisarmos a podosfera, podemos perceber essa desterritorialização antes representada por polos e a configuração de uma rede de pessoas ligadas ao podcast, tanto como produtores quanto como ouvintes, e que essas condições não são mais marcadas pelo espaço, mas sim pelo tempo, deixando de ser uma questão de “ser” para “estar e transitar”, horas produtor, horas consumidor de podcast e, na maioria das vezes, ambos (SANTOS, 2020, p. 4).

A podosfera, junção dos termos *podcast* e noosfera, esse último que se refere ao “desenvolvimento de idéias gerais acerca da vida engendrada pela coletividade e pelo indivíduo” (IZZO, 2009, p. 2), agrega membros ouvintes e produtores de podcast em comunidades, na grande maioria virtuais, que compartilham ideias, indicações, informações e experiências, tanto de produção, como de consumo de *podcasts*.

Essas comunidades representam nichos variados com grupos que possuem interesses em diferentes tipos de *podcasts*, que tratam sobre temas regionais, sobre tecnologia, política e outros assuntos do interesse de cada um desses indivíduos. No ambiente da podosfera, é possível afirmar que tanto ouvintes como produtores:

a) convivem e interagem no mesmo ecossistema e; b) estão em posições desiguais, perante diversos fatores que podem ser notados especialmente quando analisamos as questões estéticas referentes à podosfera, entre eles, financiamento, estrutura de gravação, condições de divulgação, domínio de técnicas, tempo para produção (SANTOS, 2020, p. 7).

Atualmente, a podosfera tem deixado de ser um espaço ocupado por produtores amadores e independentes, que representaram a maior parte das produções de uma primeira fase do podcast. Na nova era dessa mídia, as grandes instituições e corporações de comunicação, bem como profissionais formados na área da comunicação, já passaram a observar, na produção de *podcasts*, a oportunidade de atingir novos públicos e começam a ocupar esse espaço, de acordo com Santos:

A centralidade destas produções é dividida entre publicitários que abriram suas próprias agências e utilizam o podcast para publicizar seus trabalhos, ou jornalistas que estão vinculados a grandes veículos de comunicação com recursos. Em alguns casos, pessoas que não tem formação acadêmica na área da comunicação, mas que possuem experiência em jornais, agências ou como produtores de conteúdo para sites (SANTOS, 2020, p. 12).

7. JORNALISMO POLÍTICO

A cobertura jornalística sobre política, mais comum que vemos hoje, se desenvolve, predominantemente, em torno dos acontecimentos que se desdobram nas três esferas do poder, ou seja, acaba dando prevalência aos fatos desse ambiente do que ao que acontece acerca das questões políticas na esfera social, que é o reflexo da sociedade, onde surgem discussões mais amplas do que, simplesmente, a tomada de decisões no legislativo, no judiciário e no executivo.

Essa afirmação, acerca dessa especialidade do jornalismo, é defendida pelos estudos de Melo (2008) que mapeia os campos de atuação da política entre os organismos oficiais: as três esferas do poder; os organismos eleitorais, formado por instituições como a Justiça Eleitoral; os organismos partidários, que se refere aos partidos e outras agremiações que dão sentido à representação democrática; e aos organismos administrativos, os serviços públicos em geral, como as forças armadas.

O jornalismo se torna voraz no que diz respeito à busca por assuntos sobre política, a fim de render histórias que considerem relevantes ao público, levando em conta os interesses econômicos que existem por trás de instituições tradicionais do jornalismo, que buscam a comercialização da notícia. Considerando esse aspecto, é notório que o jornalismo político pode estar atravessado por interesses que ultrapassam a lógica de somente informar, uma vez que pensa na informação como produto de interesse público, mas que também gere retorno à organização que a produz, sendo assim “a mídia jornalística mudou consideravelmente, com maior concentração da propriedade e administração mais orientada ao lucro” (COOK, 2011, p. 220).

Considerando a relação do jornalismo com a política, ele acaba atuando, também como uma instituição política dentro dessa especialidade, de modo que acaba permitindo “o reforço ao poder político ou de outra maneira a provisão de recursos a atores oficiais para seguirem suas agendas” (COOK, 2011, p. 205). Como resultado, esse jornalismo acaba destacando, ao final de seus trabalhos, a atuação dos agentes políticos que detêm o poder para decidir o que muda ou não na sociedade, ao invés de balegar ao dar a mesma proporção de destaque ao impacto dessas mudanças na sociedade.

Sabemos que o jornalismo tem, na prática de sua atividade, a seleção do que deve

ser, ou não, noticiado e de quem deve, ou não, ser ouvido para que a informação vire notícia. No entanto, essa situação se torna problemática a partir do momento em que ela “dia sim, dia não, [permite] certos tipos de atores, partidos políticos e questões receberem maior cobertura e forem apresentados mais favoravelmente que outros” (COOK, 2011, p. 206). Isso esbarra em questões sobre o que é de fato de interesse social e de relevância para as pessoas, em razão da realidade em que elas estão inseridas, uma vez que o jornalismo político, mesmo com a possibilidade de pautar a política como ela ocorre nas comunidades e bairros da cidade, acaba, na maioria das vezes, se limitando aos assuntos que perpassam nas instâncias superiores do poder.

Em um artigo de Jonathan Stray, publicado no Observatório da Imprensa, em 2015, é levantada a conclusão de que temos, em relação ao que se produz no jornalismo político, basicamente apenas o que ocorre no cenário político envolvendo os três poderes. Tal fato gera preocupação na forma de se fazer jornalismo e como isso pode evidenciar o nosso papel na sociedade enquanto comunicadores.

Stray (2015), aponta uma crítica ao jornalismo preocupado com o que ocorre nos grupos que estão no poder e não com a coletividade, acentuando que:

“Política” não significa políticos, nem governo. O governo é um dos lugares em que ocorre a política, com certeza. Mas a política é muito mais do que isso: é o conjunto de maneiras pelas quais as pessoas se juntam para exercer o poder coletivamente. O jornalismo político poderia imaginar a audiência como um conjunto de agentes, pessoas que agem. O jornalismo político poderia ser um verdadeiro fator de empoderamento político dos cidadãos, se partisse das preocupações das pessoas a quem supostamente serve, e não transformasse eleições em espetáculos. (STRAY, 2015, s.p.).

O jornalismo político, assim como outras especialidades, mudou e, portanto, precisa se preocupar não em reportar o que ocorre nas esferas de poder e com as decisões tomadas ali, mas também falar sobre as consequências que essas decisões podem refletir na sociedade, além de se preocupar com o que antecede os resultados desses processos, pois, focando em uma só dessas abordagens, pode:

empurrar os atores políticos, agora interessados em chegar aos noticiários como forma de alcançar poder e atingir objetivos políticos, na direção de fenômenos políticos que se ajustem aos padrões do que vale a pena ser publicado (COOK, 2011, p. 240).

A proposta do jornalismo político através de canais de comunicação alternativos, a

exemplo do “Politicaju” em plataformas de streaming, possibilita o surgimento de uma produção com outra abordagem, afastada dos vieses da mídia tradicional, apesar de elas estarem se instalando em ambientes onde essas produções alternativas encontraram espaço para propagar seus trabalhos, a exemplo da podosfera.

Pensando nisso e no fato de que, “num nível mais profundo, o jornalismo é atraído para tipos específicos de histórias, com valores específicos, mais do que para outros” (COOK, 2011, p. 207), foi possível chegar a conclusão que algumas outras questões, para além das pautadas no jornalismo tradicional e que fossem de relevância informativa para a população, podem ser produzidas e veiculadas.

Fora do mercado da notícia, dentro das possibilidades do podcast e das facilidades de produção e divulgação de informações nesse meio, existe o desafio para o jornalismo: dar visibilidade a outros sujeitos sociais que acabam sendo enquadrados esporadicamente, uma vez que “a busca de histórias e eventos dignos de virarem notícias não favorece igualmente todos os atores políticos em todas as questões. Dado que se espera em geral que os noticiários sejam tanto importantes quanto interessantes” (COOK, 2011, p. 209).

Preocupado em como o jornalismo tradicional e local pauta e veicula as notícias ao público, este trabalho dá notoriedade às questões de relevância social que impactam diretamente a vida das pessoas e, por isso, “enquadrar um fato de uma determinada forma e não de outra, enfocando assim uma parte da realidade em detrimento de outra” (LEAL, 2007, p. 2), ao levar em consideração que esta outra parte já tem visibilidade em outros meios, como já foi apresentado ao longo do referencial teórico deste trabalho.

De acordo com Leal (2007), essa produção jornalística não se preocupa com a audiência que o trabalho final pode atrair e, conseqüentemente, seu possível retorno financeiro, mas sim com a relevância social que seu conteúdo jornalístico pode levar à sociedade a partir de seu enquadramento, com ênfase no aprofundamento dos esclarecimentos de cada assunto, pensando nas conseqüências que cada problemática pode desenvolver na sociedade, bem como na busca por possíveis soluções.

8. O PRODUTO

O “Politicaju” é uma produção fonográfica disposta em três episódios de *podcasts* que tratam sobre temas relacionados à política em Aracaju e foi pensado a partir da perspectiva de relevância que esse tipo de conteúdo pode trazer para a comunidade local, tendo em vista que os temas pautados esbarram nas problemáticas que envolvem as pessoas da cidade.

Os três episódios receberam os seguintes nomes: “Plano Diretor e as promessas para Aracaju”, “A bancada feminina na capital sergipana” e “O voto impresso na mira das eleições 2022”. A proposta foi de que cada episódio tivesse o tempo médio de 20 minutos de duração, já que este é um tamanho de *podcast* considerado ideal por cerca de um terço das pessoas que consomem essa mídia no Brasil, de acordo com Abud, Ishikawa e Gonzaga (2019).

Os *podcasts* dispõem de trilha sonora, vinhetas e outros recursos fonográficos encontrados na plataforma Pixabay, que disponibiliza arquivos de vídeo, músicas e fotos em domínio público, e no YouTube Studio, uma biblioteca de áudio da plataforma de compartilhamento de vídeos, Youtube, livre de royalties, com a finalidade de enriquecer o conteúdo apresentado pelo projeto e entregar uma experiência fonográfica de qualidade para o ouvinte, com a finalidade de “dar referência ou criar um ambiente sonoro para a locução do texto verbal oral” (JOSÉ; SERGL, 2004, p. 6). Além disso, a repetição de alguns desses recursos sonoplásticos visam criar uma identidade sonora do produto, com a intenção de fazer com que o ouvinte crie um vínculo de proximidade com o *podcast*.

8.1 Pré-produção

Na pré-produção, foi elaborada a pauta e o roteiro de cada episódio do *podcast*. Para as pautas, foram realizadas pesquisas na internet acerca de cada tema, levando em consideração a relevância dos assuntos para a população que vive em Aracaju, com base em seu valor-notícia, uma vez que:

Os acontecimentos avaliados como importantes são, obrigatoriamente, selecionados para se tornarem notícias, enquanto que o interesse está vinculado à representação que os jornalistas fazem de seu leitor e também ao valor-notícia definido como capacidade de entretenimento (DE AGUIAR, 2008, p. 23).

No caso do episódio I, por exemplo, “Plano Diretor e as promessas para Aracaju”, a escolha do tema levou em consideração a proposta de lei nº 5.373, aprovada pela maioria dos vereadores da Câmara Municipal e sancionada pelo prefeito do município em março deste ano, que transformou seis povoados de Aracaju em novos bairros da cidade, mudando a dinâmica social de quem mora na região. Além disso, a decisão acendeu o debate nas redes sociais, pois a medida foi tomada sem que houvesse uma atualização do Plano Diretor da cidade, criado há mais de 20 anos. Mesmo assim, as discussões sobre o caso foram pouco repercutidas na mídia. Com isso, a não atualização do Plano Diretor também foi utilizada como prerrogativa para a elaboração desse episódio, tendo em vista a frequência que esse assunto vem à tona entre os moradores da capital sergipana, chegando a ser utilizado como promessa de campanha eleitoral nas eleições de 2020.

Pauta do episódio I “Plano Diretor e as promessas para Aracaju” do *podcast* “Politicaju”, como exemplo das pautas elaboradas:

PAUTA – EPISÓDIO I

TEMA: Plano diretor e as promessas para Aracaju	
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Pré-produção: 31/05/2021 a 11/06/2021 Produção: 14/06/2021 a 25/06/2021 Pós-produção: 28/06/2021 a 09/07/2021	
LOCAL: Aracaju	
REPÓRTER: Talisson Souza	
JUSTIFICATIVA Este podcast visa o esclarecimento de dúvidas e apontamentos sobre o Plano Diretor	

de Aracaju, tendo em vista a relevância do assunto para a população que vive nesse município, já que impacta diretamente na mobilidade urbana, meio ambiente e outros aspectos sociais responsáveis por uma melhor qualidade de vida para as pessoas quando bem planejados.

A cidade não possui um plano diretor atualizado, que é exigido por lei municipal e federal, o que pode explicar alguns problemas urbanos da capital sergipana.

A recorrência em que esse assunto tem sido abordado pela população de Aracaju, e em razão de ter sido colocado como meta por alguns candidatos durante a campanha eleitoral de 2020, fez com que retomássemos a esse tema para saber o que tem sido feito para que ele seja de fato colocado em prática.

ENTREVISTADOS – FONTES

Heloísa Diniz - Vice-presidente do Conselho de Arquitetura e Urbanismo de Sergipe

Breno Garibalde - Vereador de Aracaju

ESTRUTURA NARRATIVA

- Apresentação do podcast;
- Apresentação do tema do episódio;
- Contextualização;
- Questionamentos sobre a problemática ao entrevistado I;
- Questionamentos sobre a problemática ao entrevistado II;
- Finalização e chamada para o episódio seguinte;
- Créditos.

DADOS:

- O Estatuto da Cidade é uma Lei Federal de nº 10.257 de 10 de Junho de 2001 que tem como objetivo estabelecer diretrizes gerais da política urbana do Brasil. Ela surgiu da necessidade de organizar os espaços urbanos diante do rápido crescimento populacional e distribuição inadequada da terra;
- A Lei Complementar nº 42 de 4 de outubro de 2000 institui o Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Aracaju e cria o Sistema de Planejamento e Gestão Urbana e dá outras providências;
- De acordo com um estudo de Villaça, publicado no artigo Dilemas do Plano Diretor, o projeto é “um plano que, a partir de um diagnóstico científico da realidade física, social, econômica e administrativa da cidade, do município e de sua região, apresenta um conjunto de propostas para o futuro desenvolvimento socioeconômico e futura organização espacial dos usos do solo urbano, das redes de infraestrutura, e de elementos fundamentais da estrutura urbana, para a cidade e para o município, propostas estas definidas para curto, médio e longo prazos, e aprovadas por lei municipal” (VILLAÇA, 199, p. 238);
- Uma pesquisa realizada pelo Perfil dos Municípios Brasileiros (MUNIC) em 2018 aponta que 46,6% dos municípios do país que deveriam ter plano diretor, por contar com mais de 20 mil habitantes, ainda não tinham o projeto elaborado.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS:

- Como o plano diretor pode melhorar a qualidade de vida das pessoas do município?
- Quais problemas existem hoje na capital por falta de um Plano Diretor?
- O que pode acontecer com as novas regiões de expansão da cidade se não há um Plano Diretor atualizado?
- Quais medidas estão sendo tomadas pelo legislativo?
- Há diálogo com o poder executivo para entrar em um acordo sobre o plano?

SONS UTILIZADOS: clip_04_intro-448; wataboi-flavour-1164; You Should -

Patrick Patrikios; background-loop-chill-techno-04-2485; upbeat-pop-theme-2461; Vinheta Politicaju abertura; Vinheta Politicaju encerramento
TIPO DO PODCAST: Entrevista com especialista convidado
Observações importantes:

Após a elaboração das pautas, foi realizada a produção dos roteiros e, para criar cada um deles, foi levado em consideração as orientações e sugestões das pautas, que trouxeram informações básicas e questionamentos aos entrevistados. O roteiro identifica todos os trechos onde devem ser inseridos os efeitos sonoros, bem como as falas dos participantes convidados para os episódios do *podcast* e todos os recursos sonoplásticos, identificando a “deixa inicial” e a “deixa final”, termos utilizados para se referir às falas inicial e final dos entrevistados ao longo de suas respostas.

O roteiro obedece a caracterização padrão de lauda radiofônica proposta por José e Sergl (2015), com identificação da fala do locutor (LOC) e intervenções técnicas como o sobe som, vinheta e vinheta de abertura (TEC), cuja finalidade é facilitar o processo de produção e obedecer uma estética padrão de produção desse tipo de conteúdo.

Os três roteiros dos episódios do *podcast* possuem uma apresentação e um encerramento padronizados. Neles constam, respectivamente, a explicação do que se trata aquele episódio do *podcast* e o apontamento de que o produto se trata de um projeto experimental desenvolvido como Trabalho de Conclusão do Curso de Jornalismo da Universidade Federal de Sergipe, identificando a participação dos produtores dos episódios, bem como a orientação do professor responsável.

Roteiro do episódio I “Plano Diretor e as promessas para Aracaju” do *podcast* “Politicaju”, com identificação das fontes e do roteiro de perguntas, como exemplo dos roteiros de cada episódio.

ROTEIRO – EPISÓDIO I

PODCAST POLITICAJU EPISÓDIO I	REDATOR: TALISSON SOUZA DATA: 01/06/2021
TEC	VH ABERTURA DESCE BG
LOC	+ OLÁ PESSOAL! SEJAM BEM-VINDOS AO POLITICAJU / O MAIS NOVO PODCAST SOBRE POLÍTICA EM ARACAJU / COM PRODUÇÃO E APRESENTAÇÃO DE TALISSON SOUZA // AQUI VOCÊ OUVI DIFERENTES PERSPECTIVAS SOBRE TEMÁTICAS QUE ENVOLVEM O CENÁRIO POLÍTICO / COM EPISÓDIOS ESPECIAIS QUE TRATAM SOBRE TEMAS ESPECÍFICOS / PRESENTES NO SEU DIA A DIA // VAMOS SABER O QUE DIZEM OS ESPECIALISTAS E ACOMPANHAR AS DISCUSSÕES EM DIFERENTES ESFERAS SOCIAIS // TUDO PARA LEVAR ATÉ VOCÊ UM CONTEÚDO INFORMATIVO DE QUALIDADE E DO SEU INTERESSE // + NESTE EPISÓDIO / VAMOS OUVIR A VICE-PRESIDENTE DO CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DE SERGIPE / HELOÍSA DINIZ / E TAMBÉM O VEREADOR BRENO GARIBALDE // OS DOIS CONHECEM BEM O TEMA PROPOSTO PARA HOJE: “PLANO DIRETOR E AS PROMESSAS PARA ARACAJU” / QUE VOCÊ ACOMPANHA AGORA / AQUI NO POLITICAJU // + FIQUE LIGADO / ACOMODE-SE DE FORMA BEM CONFORTÁVEL E VAMOS OUVIR O QUE VEM POR AÍ //
TEC	VH

LOC SOBRE VINHETA	POLITICAJU EPISÓDIO I: PLANO DIRETOR E AS PROMESSAS PARA ARACAJU //
LOC	NO DIA DEZ DE MARÇO DE DOIS MIL E VINTE UM / VEREADORES DA CÂMARA MUNICIPAL DE ARACAJU TIVERAM MAIORIA NA APROVAÇÃO DE UM PROJETO DE LEI ELABORADO PELO PODER EXECUTIVO QUE DETERMINA E CRIA AQUI NA CAPITAL SERGIPANA SEIS NOVOS BAIRROS / NA REGIÃO ATUALMENTE CONHECIDA COMO ZONA DE EXPANSÃO // NO LOCAL / OS ANTIGOS POVOADOS ROBALO / SÃO JOSÉ DOS NÁUFRAGOS / AREIA BRANCA / GAMELEIRA / MATAPUÃ E MOSQUEIRO / PASSARAM A SER CONSIDERADOS ATUALMENTE COMO BAIRROS DE ARACAJU // + ESSE PROJETO E SUA RESPECTIVA APROVAÇÃO NA CÂMARA MUNICIPAL TOCOU NUM ASSUNTO VELHO / QUE TODO ARACAJUANO JÁ DEVE TER OUVIDO FALAR: O PLANO DIRETOR //
TEC	SOBE SOM
LOC	+ PARA ENTRAR NESSE ASSUNTO VAMOS VOLTAR UM POUCO AO PASSADO E LEMBRAR DO DIA DEZ DE JULHO DE DOIS MIL E UM / QUANDO O ENTÃO PRESIDENTE DA REPÚBLICA / FERNANDO HENRIQUE CARDOSO / SANCIONOU A LEI DE NÚMERO DEZ MIL DUZENTOS E CINQUENTA E SETE / CONHECIDA COMO ESTATUTO DA CIDADE // NA LEI / FICOU PREVISTA A ELABORAÇÃO DE UM PLANO DIRETOR PARA TODOS OS MUNICÍPIOS BRASILEIROS QUE POSSUAM MAIS

	DE VINTE MIL HABITANTES // + ANTERIOR A ESSA DATA / EM QUATRO DE OUTUBRO DE DOIS MIL / UMA LEI COMPLEMENTAR MUNICIPAL AQUI DE ARACAJU JÁ HAVIA INSTITUÍDO O PLANO DIRETOR DE DESENVOLVIMENTO URBANO DA CIDADE / PASSANDO A SER OBRIGATÓRIO A EXISTÊNCIA DESSE DOCUMENTO E A EXECUÇÃO DA MEDIDA // + PARA ENTENDER MELHOR PARA QUE SERVE UM PLANO DIRETOR E O QUE ESSE PROJETO DEVE CONTEMPLAR / CONVIDAMOS PARA PARTICIPAR DESTES PODCAST A VICE-PRESIDENTE DO CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DE SERGIPE / HELOÍSA DINIZ // OLÁ HELOÍSA / VOCÊ PODE NOS EXPLICAR SOBRE O QUE TRATA UM PLANO DIRETOR? //
TEC	SONORA HELOÍSA DINIZ D.I.: 3'38" D.F.: 7'00"
LOC	+ QUAIS PROBLEMAS PODEMOS AFIRMAR QUE EXISTEM HOJE NA CAPITAL SERGIPANA / CONSEQUENTES DA FALTA DE UM PLANO COMO ESSE?
TEC	SONORA HELOÍSA DINIZ D.I.: 26'50" D.F.: 30'37"
LOC	+ HELOÍSA / A GENTE PERCEBE QUE A CIDADE SEGUE EM CONSTANTE EXPANSÃO E AGORA POVOADOS DO MUNICÍPIO SE TORNARAM BAIRROS / ANTES MESMO DA APRESENTAÇÃO DE UM PLANO DIRETOR // QUAIS CUIDADOS

	O CONSELHO ANALISA QUE O PODER PÚBLICO PRECISA TOMAR APÓS ESSA DECISÃO? //
TEC	SONORA HELOÍSA DINIZ D.I.: 31'35" D.F.: 33'40"
TEC	SOBE SOM
LOC	+ NAS ELEIÇÕES DE 2020 / O PLANO DIRETOR FOI UM DOS PRINCIPAIS TEMAS PAUTADOS ENTRE OS CANDIDATOS QUE DISPUTARAM O CARGO DE VEREADOR DURANTE A CAMPANHA // MUITOS DOS ELEITOS PROMETERAM APRESENTAR AVANÇO NAS TRATATIVAS COM O PLANO / A EXEMPLO DO VEREADOR BRENO GARIBALDE / COM QUEM VAMOS CONVERSAR AGORA // BRENO / COMO VOCÊ PRETENDE REALIZAR ESSE FEITO QUE NENHUM OUTRO VEREADOR CONSEGUIU ATÉ ENTÃO? //
TEC	SONORA BRENO GARIBALDE (ÁUDIO 1) D.I.: 0'00" D.F.: 3'14"
LOC	+ QUAIS GARANTIAS A POPULAÇÃO PODE TER DE QUE APROVAR A MUDANÇA DE POVOADOS PARA BAIRROS ANTES DA ELABORAÇÃO DE UM PLANO DIRETOR FOI UMA DECISÃO CERTA A SER TOMADA? //
TEC	SONORA BRENO GARIBALDE (ÁUDIO 2) D.I.: 0'00"

	D.F.: 2'04"
LOC	+ BRENO / JÁ FALAMOS ATÉ AQUI SOBRE COMO ESSE PROJETO PODE IMPACTAR AS NOVAS ÁREAS DA CIDADE / MAS QUANTO ÀS ÁREAS MAIS POPULOSAS JÁ EXISTENTES AQUI DE ARACAJU / VOCÊ PRETENDE TAMBÉM COBRAR MUDANÇAS PARA ELAS ATRAVÉS DO PLANO? NOS CONTE O QUE PODE SER FEITO //
TEC	SONORA BRENO GARIBALDE (ÁUDIO 3) D.I.: 0'00" D.F.: 1'37"
LOC	+ ESSE FOI O PRIMEIRO EPISÓDIO DO PODCAST POLITICAJU / POR AQUI VOCÊ FICOU POR DENTRO DA PROPOSTA DO PLANO DIRETOR PARA A CAPITAL SERGIPANA E COMO ELE PODE REFLETIR EM MELHORIAS NO DIA A DIA DA POPULAÇÃO QUE VIVE NA CIDADE // NO PRÓXIMO EPISÓDIO VOCÊ OUVI “A BANCADA FEMININA NA CAPITAL SERGIPANA” / UMA ANÁLISE SOBRE A PRESENÇA DA MULHER ARACAJUANA NA VIDA POLÍTICA E O QUE ESPERAR PARA AS FUTURAS ELEIÇÕES // ATÉ LÁ//
TEC	VH ENCERRAMENTO
LOC SOBRE VINHETA	+ O PODCAST POLITICAJU É UM TRABALHO EXPERIMENTAL DESENVOLVIDO PELO ALUNO TALISSON SOUZA NA DISCIPLINA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DOIS DO CURSO DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE / ORIENTADO PELA PROFESSORA TALITA DÉDA // ROTEIRO / PRODUÇÃO E LOCUÇÃO / TALISSON SOUZA // EDIÇÃO DE ÁUDIO / CLEITON CAVALCANTE //

8.2 Produção

A produção consistiu na gravação do conteúdo apresentado no roteiro de cada episódio do *podcast* e para isso foi utilizado o aplicativo padrão de gravador de voz de um smartphone. A locução buscou se enquadrar nos critérios de qualidade da produção sonora quanto à narrativa, apresentando “qualidade da voz, timbre e amplitude, e da impoção” (JOSÉ; SERGL, 2015, p. 5) para obter como resultado final uma produção de qualidade para os ouvintes.

Além disso, foram selecionados recursos sonoplásticos na produção com o intuito de “dar referência ou criar um ambiente sonoro para a locução do texto verbal oral” (JOSÉ; SERGL, 2015, p. 6). Foi possível encontrar esses elementos sonoros através de pesquisas na biblioteca de músicas do “Pixabay”, um site internacional para o compartilhamento de imagens, vídeos e músicas em domínio público e também do YouTube Studio, uma biblioteca de áudio da plataforma de compartilhamento de vídeos, YouTube, livre de royalties.

Em virtude da pandemia de Covid-19 e respeitando as orientações de isolamento social, todo o trabalho de produção foi feito de casa, o que, conseqüentemente, trouxe algumas dificuldades para que o projeto chegasse ao resultado final. Para melhorar a acústica durante a gravação do texto em *off*, foi utilizado um cobertor para deixar a qualidade do som próxima ao de uma gravação de estúdio e evitar ecos e outras interferências do som ambiente.

A coleta das repostas dos entrevistados também foi problemática. Cada um deles foi orientado a gravar o áudio respondendo as perguntas através do aplicativo padrão de gravação de voz do celular para que em seguida o arquivo fosse enviado via Whatsapp, com o intuito de não perder qualidade de som. Além disso, foi necessário cobrar algumas vezes, de maneira enfatizada, que alguns dos entrevistados enviassem as respostas para que o *podcast* pudesse ser finalizado.

A impossibilidade de se deslocar até o local onde o entrevistado se encontrava para realizar presencialmente as entrevistas, fez com que fosse solicitado para cada um deles que as respostas gravadas fossem dadas de maneira semelhante ao de uma conversa que estivesse acontecendo de forma presencial, com a finalidade de manter uma sequência fluida no resultado final que seria obtido com o *podcast* já montado.

8.3 Pós-produção

Após a elaboração das pautas, dos roteiros e da gravação de cada episódio do podcast, o processo de edição dos áudios foi iniciado, com a exclusão de erros de gravação, limpeza de ruídos presentes durante a gravação e a eliminação dos trechos das respostas dos entrevistados que não foram utilizados. Os episódios foram montados com auxílio de seus respectivos roteiros que identificaram os pontos exatos para serem inseridos, os efeitos sonoros, a narração do locutor e as respostas dos entrevistados.

Para a edição dos materiais produzidos para o podcast foi utilizado o Sony Vegas Pro, um software de edição de áudio e vídeo. Todo o material sonoro utilizado no pós-produção do podcast foi adicionado em uma pasta de armazenamento online e em seguida foi realizado o download para um computador, utilizando o programa de edição para chegar ao resultado do projeto apresentado em cada episódio do podcast. O processo de edição foi realizado pelo técnico de áudio, Cleiton Cavalcante, que atua na área há cerca de 30 anos e atualmente exerce tal cargo na Rádio UFS FM.

Além da edição dos arquivos de áudio, na pós-produção foi elaborada também a capa do podcast, uma ilustração que remete ao título e a proposta do projeto, que funcionará como a identidade visual do podcast quando ele for adicionado nas plataformas de streaming. Através da plataforma Adobe Illustrator, um programa de edição de imagens, o designer Gabriel Silva Santos desenvolveu todo o material imagético que compõe a capa do podcast. Nele, constam a Ponte do Imperador Dom Pedro II, um monumento arquitetônico que faz parte da história de Aracaju e um dos cartões postais da cidade, além da presença do título do *podcast*, “Políticaju” e a identificação do nome do apresentador, com a utilização da fonte Arial.

A proposta final é que, através do “Anchor”, uma plataforma online e gratuita para iniciantes na produção de *podcasts*, utilizada também para edição e publicação da mídia sonora, os três episódios possam ser inseridos e disponibilizados aos ouvintes em todas as plataformas de *streaming*.

8.4 Trabalhos referenciais

Para a elaboração deste projeto, ao longo das pesquisas realizadas para saber quais assuntos pautar em cada episódio do *podcast*, foram também analisados outros podcasts

disponibilizados nas plataformas de *streaming*, com a finalidade de ter pelo menos três produtos diferentes para dar embasamento à criação do “Politicaju”.

Dos trabalhos buscados, os *podcasts* “O Assunto”, “Mamilos” e o “SE é Ciência” foram as principais referências utilizadas para a produção do “Politicaju”. A ideia foi mesclar a variedade de características particulares de cada uma dessas produções para chegar ao resultado apresentado neste trabalho.

“O Assunto” é um *podcast* com episódios diários apresentado pela jornalista Renata Lo Prete e que pertence à página de *podcasts* da Globo, a “Globo Podcasts”. Em cada episódio, é apresentado um tema importante que foi pauta no dia e que ganhou destaque nos principais jornais do país. A maioria dos episódios envolvem decisões ou questões voltadas à política nacional, principalmente ao que ocorre em Brasília e que estão relacionados, na maioria das vezes, ao Parlamento Federal, ao Supremo Tribunal Federal e ao Governo Federal. Em cada episódio, Renata narra e contextualiza o assunto que será abordado e convida, por vezes, dois especialistas para responderem alguns questionamentos sobre cada caso. Nos episódios, é comum notar o uso de recursos sonoplásticos variados para dar expansão ao material produzido.

O “Mamilos”, apresentado por Juliana Wallauer e Cris Bartis, é semelhante ao “O Assunto”, mas traz episódios que tratam de assuntos variados como cultura e séries especiais como a “Dor & Glória” e não só sobre política. Ele pertence à B9, uma empresa brasileira de conteúdo digital. Sua estrutura é formada pela apresentação do assunto e contextualização dos casos, tal qual “O Assunto”, mas neste, percebemos uma utilização de forma mais moderada de recursos sonoplásticos. Além disso, “Mamilos” traz episódios considerados longos, a maioria com mais de 20 minutos, chegando a ter episódios com até duas horas de duração. De acordo com a descrição do produto, ele é um *podcast* semanal, mas como existem conteúdos diversificados no canal disponibilizado nas plataformas, é possível encontrar até três episódios diferentes lançados na mesma semana. Quanto aos entrevistados, o “Mamilos” costuma ouvir uma variedade maior de entrevistados, a depender do episódio lançado.

Já o “SE é Ciência” é um *podcast* semanal que, além de estar disponível nas plataformas de *streaming*, também é veiculado aos sábados na Rádio UFS FM. O *podcast* é voltado à educação e esclarece dúvidas sobre ciência, com a participação da comunidade

acadêmica da Universidade Federal de Sergipe (UFS), professores e alunos, que comentam sobre os assuntos pautados. Cada episódio possui, em média, 20 minutos de duração. Nele, percebemos a presença de alguns recursos sonoplásticos que reforçam a identidade sonora do produto e cada episódio é apresentado por uma ou duas pessoas diferentes.

Assim, deles foram utilizadas as referências técnicas a exemplo da forma de utilização dos recursos sonoplásticos em “Mamilos”, a forma narrativa que Renata Lo Prete apresenta em “O Assunto”, além da linguagem mais dinâmica e a intenção de atingir, com a produção do material, um grupo específico de pessoas, como é o caso do “Se é Ciência”.

Cada episódio buscou ouvir pelo menos duas fontes sobre cada assunto. A intenção, alcançada no resultado final apresentado, buscava se isentar de trazer uma abordagem em que houvesse posicionamentos opostos e o conflito entre os mesmos, mas sim as perspectivas de cada entrevistado a partir de seus divergentes papéis sociais, sem deixar de lado seu conhecimento sobre o assunto.

O *podcast* usou como critério de noticiabilidade a proximidade com o público, tendo em vista que é um produto local, voltado para o interesse das pessoas que vivem em Aracaju ou até mesmo que são de outras localidades de Sergipe e, de alguma maneira, se identifica com a cidade que é a capital do estado. A escolha desse critério leva em consideração o fato que “as pessoas buscam a identidade própria, um elemento de signagem que as distingam, que as tornem diferentes, que as identifiquem enquanto indivíduo singular” (FERNANDES, 2004, p. 8). Com isso, ao ouvir um conteúdo que trata da realidade na qual o ouvinte está inserido e constrói sua identidade o leva, conseqüentemente, ao interesse em consumir essa mídia.

Na sua proposta final, o projeto de *podcast* apresenta um conteúdo sobre política local sem se ater às demandas de praxe desse assunto, que tem como política os acontecimentos do cenário que diz respeito à política eleitoral e que permeiam apenas as esferas de poder ou de quem detém esse poder. O “Politicaju”, na sua pré-produção, produção e pós-produção, atende às demandas sociais sobre assuntos que afetam diretamente a vida cotidiana de quem vive e faz a cidade.

9. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a proposta de entregar um conteúdo informativo para a população de Aracaju que consome *podcast*, o “Politicaju” apresentou questões que envolvem a política local na sua base, a sociedade, através da apresentação de problemáticas e possíveis soluções ou respostas para esses casos. Tendo em vista a popularização do uso da internet e do acesso aos meios que permitem o consumo desse tipo de produto, uma vez que essa mídia atinge cada vez mais um público maior de consumidores, principalmente através da *podosfera*.

O projeto apresentou toda a dinâmica de elaboração de um produto *podcast*, da sua pré-produção, seguindo para a etapa de produção e, por último, a pós-produção, se enquadrando em critérios de noticiabilidade do jornalismo e com o foco em apresentar no seu resultado final um produto informativo.

Ao longo desse processo, foi possível obter conhecimento acerca do surgimento desse tipo de mídia e como ela vem se desenvolvendo em meio às transformações tecnológicas e sociais, o que garante que o *podcast* continue em crescimento, principalmente

com o surgimento e com a disseminação da rede de tecnologia 5G no Brasil. Além do Spotify, a probabilidade é de que outras grandes empresas responsáveis pela produção sonora de conteúdo continuem investindo nesse tipo de produto no país. Da mesma maneira, o número de pessoas que, ao mesmo tempo que consomem, também produzem *podcast*, deve aumentar, tendo em vista essa possibilidade permitida por esse tipo de mídia, diferente de outras tradicionais.

A facilidade de produção em relação, principalmente, a custos, permite que seja dado seguimento a este projeto para além da defesa de um Trabalho de Conclusão de Curso e que possa ser pensado, a longo prazo, em um produto maior, que agregue outras pessoas à elaboração de seus trabalhos bem como a expansão de sua linha de produção, pensando em abordar outros assuntos também de interesse social e através de outros formatos de *podcast*.

Elaborado com referência em outros *podcasts* de sucesso presentes nas plataformas de *streaming*, o “Politicaju” pode servir como uma tendência para a produção local, a fim de enriquecer a elaboração de conteúdos jornalística em Aracaju e em todo o estado de Sergipe e, com isso, oferecer uma variedade de produtos para a população que possam atingir tanto um público de nicho como da micromídia local.

Com a elaboração das pautas, criação dos roteiros e realização de entrevistas, assim como a finalização de cada episódio, o resultado final apresentado pelo produto aponta, em caráter jornalístico, uma problemática existente na sociedade, explica seu possível surgimento e consequências que provocam na população e através da análise de especialistas, busca respostas e possíveis soluções para esses casos, ou pelo menos esclarece cada situação para o ouvinte.

REFERÊNCIAS

ABUD, Marcelo; ISHIKAWA, Cesar Yuji; GONZAGA, Luiz Dias. Tendências do podcast no Brasil: formatos e demandas. **Núcleo de Inovação em Mídia Digital**, São Paulo, FAAP, 2019. Disponível em: http://faap.br/nimd/pdf/2019-08_podcast_REV.pdf. Acesso em: 10 jun. 2021.

BARBOSA, Mariana. Audiência de podcast no Brasil registra aumento de 33% em ano de pandemia. **O Globo**, São Paulo, 21 de jan. de 2021. Disponível em: <https://blogs.oglobo.globo.com/capital/post/audiencia-de-podcast-cresce-33-em-ano-de-pandemia.html>. Acesso em: 10 jun. 2021.

CALABRE, Lia. **A era do rádio**. 2. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2002. Disponível em: https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=c23TDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=A+era+do+rádio+calabre&ots=f7MBDeMv8D&sig=ckKrP_ESPHcbZCv11J29nflkWG1Y#v=onepage&q=A%20era%20do%20rádio%20calabre&f=false. Acesso em: 29 jan. 2020.

COOK, Timothy E. O jornalismo político. **Revista Brasileira de Ciência Política**, n. 6, p. 203-247, 2011. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbcpol/a/pj7NTsz4Qxsj8wrDLqv7QDS/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 3 jun. 2021.

CORDEIRO, Paula. Rádio e internet: novas perspectivas para um velho meio. **Actas do III SOPCOM, VI LUSOM e II Ibérico**, v. 1, p. 443-449, 2004. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/cordeiro-paula-radio-internet-novas-perspectivas.pdf>. Acesso em: 18 mai. 2021.

CRESCIMENTO DO MERCADO DE PODCAST: INFLUENCIADOR DIGITAL INOVA EM LINGUAGEM E TEM MILHÕES DE ACESSOS. **Terra**, São Paulo, 11 de fev. de 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/dino/crescimento-do-mercado-de-podcast-influenciador-digital-inova-em-linguagem-e-tem-milhoes-de-acessos,cc56eb82b49f9cd5a61922bb1d75f770cnm16e5k.html>. Acesso em: 10 jun. 2021.

DE AGUIAR, Leonel Azevedo. Entretenimento: valor-notícia fundamental. **Estudos em jornalismo e mídia**, v. 5, n. 1, p. 13-23, 2008. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2008v5n1p13>. Acesso em: 3 jun. 2021.

DE MEDEIROS, Macello Santos. Podcasting: produção descentralizada de conteúdo sonoro. In: XXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2005, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/84071885084469832222151638470992010359.pdf>. Acesso em: 21 fev. 2020.

DE MELO, José Marques. Jornalismo político: democracia, cidadania, anomia. **Revista Famecos**, v. 15, n. 35, p. 90-94, 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/4097/3098>. Acesso em: 5 jun. 2021.

FERNANDES, Mario Luiz. A força da notícia local: a proximidade como critério de noticiabilidade. IX COLÓQUIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 2004. **Anais [...]**. p. 1-17. Disponível em: <http://www.portaldemidia.ufms.br/wp-content/uploads/2016/02/a-forca-da-noticia-local.pdf>. Acesso em: 6 jul. 2021.

FREIRE, Eugênio Paccelli Aguiar. Podcast: breve história de uma nova tecnologia educacional. **Educação em Revista**, v. 18, n. 2, p. 55-71, 2017. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/educacaoemrevista/article/view/7414>. Acesso em: 4 mar. 2020.

FREIRE, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina. Linguagem radiofônica e jornalismo: um estudo das estratégias estéticas das séries de reportagens da Rádio Eldorado. **Logos**, v. 18, n. 2, 2011. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/2158>. Acesso em: 22 abr. 2021.

IBOPE. 1/3 DOS INTERNAUTAS NÃO SABEM O QUE É PODCAST. **Ibope Inteligência**. São Paulo, 6 de jun. de 2019. Disponível em: <https://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/13-dos-internautas-brasileiros-nao-sabem-o-que-e-podcast/>. Acesso em: 31 jan. 2020.

IZZO, João Artur. Noosfera e midiosfera: o imaginário humano e o engenho da mídia. **Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação–BOCC**, Rio de Janeiro, 2009. p. 1-17. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bocc-noosfera-joao.pdf>. Acesso em: de jun. 2021.

JOSÉ, Carmen Lucia; SERGL, Marcos Júlio. **Voz e roteiros radiofônicos**. São Paulo: Paulus, 2015. Disponível em: https://www.paulus.com.br/loja/images/ebook/amostra_gratis/9788534948968.pdf. Acesso em: 13 jun. 2021.

LAVADO, Thiago. Spotify tem crescimento recorde em 2020 com foco nos podcasts. **Exame**, São Paulo, 17 dez. 2020. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/com-foco-nos-podcasts-spotify-tem-crescimento-recorde-em-2020/>. Acesso em: 3 de jun. de 2021.

LEAL, Plínio Marcos Volponi. Jornalismo político brasileiro e a análise do enquadramento noticioso. **Revista Compolítica**, Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: http://compolitica.org/novo/anais/2007_sc_jp-plinio.pdf. Acesso em: 3 jun. 2021.

LEAL, Plínio Marcos Volponi. Um olhar histórico na formação e sedimentação da TV no Brasil. In: VII ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 2009, Fortaleza. **Anais [...]**. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/7o-encontro-2009-1/Um%20olhar%20historico%20na%20formacao%20e%20sedimentacao%20da%20TV%20no%20Brasil.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2021.

MAUAD, Sêmia. **A história do rádio no Brasil e em Minas Gerais**. Belo Horizonte, 2009. p. 1-14. Disponível em: http://www.bocc.ubi.pt/pag/radio_brasil_minas.pdf. Acesso em: 1 jun. 2021.

MENESES, João Paulo. A rádio em crise antes da crise provocada pela Internet.

OberCom, v. 4, n. 1, 2010. Disponível em:

<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/334>. Acesso em: 9 mai. 2021.

MONTEIRO, Luís. A internet como meio de comunicação: possibilidades e limitações. *In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE COMUNICAÇÃO*, 2001, Campo Grande/MS. p. 27-37. **Anais [...]**. Disponível em:

<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/62100555399949223325534481085941280573.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2020.

MONTEIRO, Silvana Drumond; PICKLER, Maria Elisa Valentim. O ciberespaço: o termo, a definição e o conceito. **DataGramaZero, Revista de Ciência da Informação**, v. 8, n. 3, p. 1-21, 2007. Disponível em:

https://aedmoodle.ufpa.br/pluginfile.php/352820/mod_glossary/attachment/5460/O%20Ciberespa%C3%A7o.%20o%20termo,%20a%20defini%C3%A7%C3%A3o%20e%20o%20conceito.pdf. Acesso em: 6 jul. 2021.

PADILHA, Luis David Falcão. As características sonoras do podcast O assunto frente à estética radiofônica. *In: 43º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 2020. p. 1-15. **Anais [...]**. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-2481-1.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2021.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. **Intexto: Revista do Mestrado da Comunicação**, UFRGS, v. 2, n. 12, jul./dez. 2005, p. 1-23, 2005. Disponível em:

<https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/26568>. Acesso em: 21 fev. 2020.

SALEMME, Maria Filomena. As transformações no comportamento do ouvinte: da era de ouro até a chegada da era do podcast. *In: 40º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, Universidade Positivo, 2017. **Anais [...]**. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2912-1.pdf>. Acesso em: 3 jun. 2021.

SANTOS, Luan Correia Cunha. A estética da podosfera brasileira: os devires e atualizações de uma comunidade sensível. **Iniciacom**, v. 9, n. 3, 2020. Disponível em: <http://portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/iniciacom/article/view/3706>. Acesso em: 24 mai. 2021.

SANTOS, Luís António. **Rádio e internet**: o desafio pode ser começar de novo. Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Portugal, 2015. Disponível em: https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/40154/1/LAS_2015_radioPT-BR.pdf. Acesso em: 29 jan. 2020.

SCORALICK, Kelly. Das ondas do rádio para as antenas da TV. *In: ENCONTRO NACIONAL DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISADORES DE HISTÓRIA DA MÍDIA*, v. 6, 2008, Minas Gerais. **Anais [...]**. Disponível em:

<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-nacionais/6o-encontro-2008-1/Das%20ondas%20do%20radio%20para%20as%20antenas%20da%20tv.pdf>. Acesso em: 31 mai. 2021.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-107, 2005. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2091>. Acesso em: 6 jul. 2021.

SOBOTA, Guilherme. Consumo de podcasts na principal plataforma de áudio cresceu 200% em 2020. **Terra**, São Paulo, 1 dez. 2020. Disponível em: <https://www.terra.com.br/diversao/musica/consumo-de-podcasts-na-principal-plataforma-de-audio-cresceu-200-em-2020,06bc934a2eb2ab4228d45e992ca766471jm4xmby.html>. Acesso em: 10 jun. 2021.

STRAY, Jonathan. Jornais e TV priorizam políticos em vez do cidadão. **Observatório da Imprensa**, São Paulo, ano 21, n. 1146, edição 882, 22 de dezembro de 2015. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa--em-questao/jornais-e-tv-priorizam-politicos-em-vez-do-cidadao/>. Acesso em: 3 jun. 2021.

TRAINA, Agma Juci Machado; TRAINA JR, Caetano. Como fazer pesquisa bibliográfica. **SBC Horizontes**, v. 2, n. 2, p. 30-35, 2009. Disponível em: https://homepages.dcc.ufmg.br/~mirella/DCC851/Exemplos%20Artigos/___comoFazerPesquisasBibliograficas.pdf. Acesso em: 18 jul. 2021.

VICENTE, Eduardo. Gêneros e formatos radiofônicos. **Núcleo de Comunicação e Educação USP**, São Paulo, 2002. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4327572/mod_resource/content/1/Gêneros%20Radiofônicos.pdf. Acesso em: 24 mai. 2021.

APÊNDICE

Pauta e roteiro dos episódios II e III do *podcast*

PAUTA – EPISÓDIO II

TEMA: A bancada feminina na capital sergipana	
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Pré-produção: 31/05/2021 a 11/06/2021 Produção: 14/06/2021 a 25/06/2021 Pós-produção: 28/06/2021 a 09/07/2021	
LOCAL: Aracaju	
REPÓRTER: Talisson Souza	
JUSTIFICATIVA Do ano 2000 até hoje, quatro mulheres, no máximo, foram eleitas em alguma eleição para exercer o cargo na Câmara Municipal de Aracaju. Em média, apenas três mulheres são eleitas a cada pleito, o que demonstra que ainda há certa resistência para que elas alcancem cargos públicos na cidade. Há projetos de lei em vigor que determinam um quantitativo de mulheres que devem se candidatar por cada partido, mas não reservam o mesmo tipo de cota para que elas cheguem ao parlamento. No cenário nacional, pesquisas e resultados de eleições mostram que as mulheres são minoria em cargos públicos voltados para a ação política. Considerando todos os estados do Brasil e o Distrito Federal, temos apenas uma governadora, Fátima Bezerra (PT), do Rio Grande do Norte.	

Os números nos mostram a realidade da presença feminina na política brasileira, mas não explica porque isso ainda ocorre e nem apontam quais as consequências que isso pode trazer para a democracia.

Por esses motivos, torna-se necessária a apresentação de pesquisas científicas, análises e apontamentos que justifiquem o baixo percentual dessas mulheres nesse local de poder, bem como a análise daquelas que já ocupam esses locais e que podem contribuir para a busca de um resultado igualitário nessas estatísticas.

ENTREVISTADOS – FONTES

Fernanda Petrarca - Doutora em Ciência Política pela Universidade de Pisa - Itália

Sheyla Galba - Vereadora de Aracaju

Linda Brasil - Vereadora de Aracaju

ABORDAGENS E ESTRUTURA NARRATIVA (DESDOBRAMENTOS)

- Apresentação do podcast;
- Apresentação do tema do episódio;
- Contextualização;
- Análises sobre a problemática com o entrevistado I;
- Análises sobre a vivência de caso com o convidado II;
- Análises sobre a vivência de caso com o convidado II;
- Finalização e chamada para o episódio seguinte;
- Créditos.

DADOS:

- Desde os anos 2000, somente três mulheres, em média, foram eleitas em cada pleito

para exercerem o cargo de vereadora no município de Aracaju;

- Atualmente, a Câmara Municipal de Aracaju conta com quatro vereadoras e 20 vereadores. Na bancada anterior havia apenas uma.
- No Senado Federal, contamos com 12 senadoras e 69 senadores. Sendo assim, as mulheres ocupam apenas 14,8% da bancada;
- Uma pesquisa realizada em 2018 pelo Projeto Mulheres Inspiradoras aponta que o Brasil é o 161º colocado no ranking da participação da mulher na política).

SUGESTÕES DE PERGUNTAS:

- O que acontece para ainda termos poucas mulheres na política local?
- Como esse problema pode ser enfrentado?
- O que já tem sido feito?
- Como tem sido trabalhar como vereadora, sendo minoria na casa?
- É perceptível situações de machismo que confrontam a presença das mulheres na Câmara?
- Como foi para chegar até aqui?
- O que esperar das eleições futuras?

SONS UTILIZADOS: Modern Time - An Jone; clip_04_intro-448; wataboi-flavour-1164; background-loop-chill-techno-04-2485; upbeat-pop-theme-2461; Vinheta Politicaju abertura; Vinheta Politicaju encerramento

TIPO DO PODCAST:

Entrevista com especialista convidado

Observações importantes:

ROTEIRO – EPISÓDIO II

PODCAST POLITICAJU EPISÓDIO II	REDATOR: TALISSON SOUZA DATA: 03/06/2021
TEC	VH ABERTURA DESCE BG
LOC	+ OLÁ PESSOAL! SEJAM BEM-VINDOS AO POLITICAJU / O MAIS NOVO PODCAST SOBRE POLÍTICA EM ARACAJU / COM PRODUÇÃO E APRESENTAÇÃO DE TALISSON SOUZA // AQUI VOCÊ OUVI DIFERENTES PERSPECTIVAS SOBRE TEMÁTICAS QUE ENVOLVEM O CENÁRIO POLÍTICO / COM EPISÓDIOS ESPECIAIS QUE TRATAM SOBRE TEMAS ESPECÍFICOS / PRESENTES NO SEU DIA A DIA // VAMOS SABER O QUE DIZEM OS ESPECIALISTAS E ACOMPANHAR AS DISCUSSÕES EM DIFERENTES ESFERAS SOCIAIS // TUDO PARA LEVAR ATÉ VOCÊ UM CONTEÚDO INFORMATIVO DE QUALIDADE E DO SEU INTERESSE // + NO EPISÓDIO DE HOJE / VAMOS OUVIR A DOUTORA EM CIÊNCIA POLÍTICA PELA UNIVERSIDADE DE PISA / NA ITÁLIA / FERNANDA PETRARCA / ALÉM DAS VEREADORAS SHEYLA GALBA E LINDA BRASIL // ELAS IRÃO CONVERSAR COM A GENTE SOBRE A PRESENÇA DA FIGURA FEMININA NA POLÍTICA ARACAJUANA E OS DESAFIOS IMPOSTOS PELO MACHISMO // TEMOS UMA BANCADA FEMININA IGUALITÁRIA? O QUE É PRECISO PARA ESSE CENÁRIO MELHORAR E O QUE ESPERAR DAS ELEIÇÕES FUTURAS? //

	+ FIQUE A VONTADE E SE ACOMODE DE FORMA BEM CONFORTÁVEL PARA OUVIR O QUE VEM POR AÍ //
TEC	VH
LOC SOBRE VINHETA	POLITICAJU EPISÓDIO II: A BANCADA FEMININA NA CAPITAL SERGIPANA //
LOC	+ COMEÇAMOS ESTE PODCAST MOSTRANDO O RESULTADO DE UMA PESQUISA DE DOIS MIL E DEZOITO DO PROJETO MULHERES INSPIRADORAS // O ESTUDO UTILIZOU O CRUZAMENTO DE DADOS FORNECIDOS PELO TRIBUNAL SUPERIOR ELEITORAL / A ONU E O BANCO MUNDIAL // A INTENÇÃO DESSA PESQUISA ERA ANALISAR A PARTICIPAÇÃO DA MULHER NA POLÍTICA EM TODO O MUNDO // O RESULTADO OBTIDO FOI QUE O BRASIL OCUPA O CENTÉSIMO SEXAGÉSIMO PRIMEIRO LUGAR NO RANKING / ATRÁS DE TODOS OS OUTROS PAÍSES DO CONTINENTE AMERICANO // ESSE MESMO ESTUDO APONTOU TAMBÉM A RELAÇÃO DA PRESENÇA FEMININA NA POLÍTICA COM A DATA EM QUE AS MULHERES CONQUISTARAM O DIREITO AO VOTO NOS PAÍSES QUE FORAM ANALISADOS // NA NAÇÃO QUE OCUPA O PRIMEIRO LUGAR / A NOVA ZELÂNDIA / AS MULHERES CONQUISTARAM O DIREITO AO VOTO QUASE QUE SIMULTANEAMENTE AOS HOMENS / COM UM INTERVALO DE TEMPO DE APENAS UM ANO // JÁ AQUI NO BRASIL A SITUAÇÃO FOI BASTANTE DIFERENTE / AS MULHERES PASSARAM A TER DIREITO AO VOTO SOMENTE 41 ANOS DEPOIS QUE OS HOMENS CONQUISTARAM O MESMO DIREITO //
TÉC	SOBE SOM

LOC	+ PODEMOS COMPREENDER MELHOR ESSES NÚMEROS NA PRÁTICA // NAS ELEIÇÕES DE DOIS MIL E DEZOITO / DOS VINTE E SEIS ESTADOS / ALÉM DO DISTRITO FEDERAL / APENAS UM ELEGEU UMA MULHER COMO GOVERNADORA // + QUANDO OBSERVAMOS ESSE RESULTADO NO SENADO FEDERAL / APÓS O ÚLTIMO PLEITO DAS ELEIÇÕES GERAIS / NOS DEPARAMOS COM APENAS 14,8% DA BANCADA OCUPADA POR MULHERES // SÃO 12 SENADORAS EM ATIVIDADE E 69 SENADORES // + PARANDO PARA ANALISAR ESSA REALIDADE AINDA MAIS PERTO / A CÂMARA MUNICIPAL DE ARACAJU / DESDE OS ANOS 2000 / ELEGEU NO MÁXIMO QUATRO VEREADORAS EM PELO MENOS UM ANO ELEITORAL // EM MÉDIA / NAS ÚLTIMAS SEIS ELEIÇÕES MUNICIPAIS / APENAS 3 MULHERES FORAM ELEITAS EM CADA PLEITO // + APÓS O RESULTADO DAS ÚLTIMAS ELEIÇÕES DE 2020 / HOJE / DAS 24 CADEIRAS DO LEGISLATIVO AQUI DE ARACAJU / APENAS QUATRO DELAS SÃO OCUPADAS POR MULHERES // + CONVIDAMOS PARA DEBATER ESSES DADOS COM A GENTE A DOUTORA EM CIÊNCIA POLÍTICA / FERNANDA PETRARCA // FERNANDA / O QUE ACONTECE NO NOSSO PAÍS PARA ESTARMOS TÃO ATRÁS NO RANKING MUNDIAL DA PRESENÇA FEMININA NA POLÍTICA? //
TEC	SONORA FERNANDA PETRARCA (ÁUDIO 1) // D.I.: 0'00" D.F.: 2'52"
LOC	+ QUAL A SUA ANÁLISE EM RELAÇÃO AO RESULTADO DAS ÚLTIMAS ELEIÇÕES AQUI NA CAPITAL SERGIPANA?

	ESTAMOS HÁ QUASE VINTE ANOS ESTAGNADOS NESTE QUESITO / POR QUÊ?
TEC	SONORA FERNANDA PETRARCA (ÁUDIO 2) // D.I.: 0'00" D.F.: 3'17"
LOC	+ O QUE É NECESSÁRIO PARA QUE ESSA REALIDADE MUDE E PORQUE É PRECISO QUE ISSO ACONTEÇA?
TEC	SONORA FERNANDA PETRARCA (ÁUDIO 3) // D.I.: 0'00" D.F.: 2'19"
TEC	SOBE SOM
LOC	+ NÃO PODERÍAMOS FICAR SEM OUVIR NESTE EPISÓDIO AS MULHERES QUE ESTÃO INSERIDAS NA POLÍTICA PARA ENTENDER COMO É A ROTINA DELAS DENTRO DA CÂMARA MUNICIPAL // VAMOS FALAR AGORA COM A VEREADORA DE ARACAJU / SEHYLA GALBA / ELA EXERCE SEU PRIMEIRO MANDATO APÓS TER SIDO ELEITA EM 2020 E VAI NOS EXPLICAR COMO TEM SIDO A ROTINA DE TRABALHO EM RELAÇÃO AOS SEUS COLEGAS DO SEXO OPOSTO // SHEYLA / DURANTE TODO O CAMINHO QUE VOCÊ TRILHOU DESDE A CAMPANHA / JÁ VIVENCIOU EPISÓDIOS DE MACHISMO? COMO TEM SIDO A VIVÊNCIA COM SEUS COLEGAS? //
TEC	SONORA SHEYLA GALBA D.I.: 0'00"

	D.F.: 2'30"
TEC	SOBE SOM
LOC	+ O PLEITO DE 2020 TROUXE UM FATO HISTÓRICO PARA ARACAJU E TAMBÉM PARA SERGIPE: A ELEIÇÃO DA PRIMEIRA MULHER TRANS PARA UMA CARGO LEGISLATIVO / LINDA BRASIL // ELA SE JUNTA À OUTRAS MULHERES NA POLÍTICA EM FAVOR DA PAUTA FEMINISTA // LINDA / COMO TEM SIDO A VIDA DE UMA MULHER LGBT NA CÂMARA MUNICIPAL E QUAL FUTURO VOCÊ ENXERGA PARA OUTRAS MULHERES DESSA COMUNIDADE NA VIDA POLÍTICA? //
TEC	SONORA LINDA BRASIL (ÁUDIO 1) D.I.: 0'00" D.F.: 1'36" SONORA LINDA BRASIL (ÁUDIO 2) D.I.: 2'00" D.F.: 2'56"
LOC	+ ESTE FOI O "A BANCADA FEMININA NA CAPITAL SERGIPANA" / SEGUNDO EPISÓDIO DO PODCAST POLITICAJU // NELE VOCÊ FICOU SABENDO COMO ESTÁ A PRESENÇA DAS MULHERES NA POLÍTICA DA CIDADE E COMO A FALTA DELAS NESSA ESFERA DO PODER PÚBLICO PODE IMPACTAR DE FORMA NEGATIVA A DEMOCRACIA // NO PRÓXIMO EPISÓDIO CONFIRA / "O VOTO IMPRESSO NA MIRA DAS ELEIÇÕES 2022" //
TEC	VH ENCERRAMENTO

LOC SOBRE VINHETA	+ O PODCAST POLITICAJU É UM TRABALHO EXPERIMENTAL DESENVOLVIDO PELO ALUNO TALISSON SOUZA NA DISCIPLINA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DOIS DO CURSO DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE / ORIENTADO PELA PROFESSORA TALITA DÉDA // ROTEIRO / PRODUÇÃO E LOCUÇÃO / TALISSON SOUZA // EDIÇÃO DE ÁUDIO / CLEITON CAVALCANTE //
--------------------------	---

PAUTA – PODCAST III

TEMA: O voto impresso na mira das eleições 2022	
PERÍODO DE REALIZAÇÃO: Pré-produção: 31/05/2021 a 11/06/2021 Produção: 14/06/2021 a 25/06/2021 Pós-produção: 28/06/2021 a 09/07/2021	
LOCAL: Aracaju	
REPÓRTER: Talisson Souza	
JUSTIFICATIVA Desde o final das eleições de 2018, está em pauta a discussão sobre a possibilidade de realizar o pleito de 2022 com o voto impresso, assunto abordado na maioria das vezes pelo Presidente da República, Jair Bolsonaro. Esta não é a primeira vez que se tenta viabilizar essa modalidade de votação aqui no país. Desde a implementação do voto eletrônico em 1996, foram realizadas quatro tentativas para que o voto impresso fosse instalado nas eleições do Brasil. Numa dessas, em 2002 esse modelo de votação chegou a ser instalado, mas não obteve o resultado	

esperado. As tentativas que vieram posteriormente foram barradas pelo Supremo Tribunal Federal.

Algumas dúvidas perduram sobre o assunto, que muita gente, inclusive, confunde com o voto em cédula, o que não é a mesma coisa. Deve-se buscar respostas para os questionamentos mais comuns em relação ao assunto assim como apontamentos sobre o que pode, ou não, ocorrer caso a medida seja aprovada e aplicada já no próximo pleito, ocasião em que o maior defensor do voto impresso, o Presidente Bolsonaro, tentará sua reeleição.

O tema tem sido abordado em todo o território brasileiro, mas é necessário buscar respostas voltadas para a região, bem como saber o histórico de todas as eleições que já foram realizadas com o voto eletrônico aqui no estado.

ENTREVISTADOS – FONTES

Wilson José - Cientista político e professor de ciências sociais da Universidade Federal de Sergipe

Jefferson Carvalho - Presidente da comissão de Direito Eleitoral da Ordem dos Advogados do Brasil em Sergipe (OAB-SE)

ESTRUTURA NARRATIVA

- Apresentação do podcast;
- Apresentação do tema do episódio;
- Contextualização;
- Análises sobre a problemática com o entrevistado I;
- Análises sobre a problemática com o entrevistado II;
- Finalização;

- Créditos.

DADOS:

- No ano de 2002, Sergipe foi um dos estados escolhidos para a realização-teste das eleições com o voto impresso. A medida foi determinada por uma lei em que, à época, votaram a favor a maioria dos deputados do Congresso Federal, mas o resultado obtido não agradou os parlamentares e a lei foi revogada para a realização do pleito seguinte, em 2004;
- Atualmente, não há nenhuma evidência concreta de violações e irregularidades no voto eletrônico. A modalidade de votação está em vigor desde 1996 e hoje atende a todos os municípios do país;
- O Tribunal Superior Eleitoral já sinalizou que não há tempo suficiente para que ocorra a implementação do voto impresso no Brasil, caso o Congresso Nacional aprove o projeto de lei, que visa atualizar o sistema de votação nacional.
- O Supremo Tribunal Federal já derrubou três medidas estabelecidas pela Câmara dos Deputados que aplicariam o voto impresso no país, alegando inconstitucionalidade na lei.

SUGESTÕES DE PERGUNTAS:

- Por que o voto impresso é pautado para praticamente todo pleito realizado no país?
- Há quem possa se beneficiar com isso?
- O que muda caso a lei seja aprovada e entre em vigor?
- Caso aprovado, o voto impresso garante que não haja fraudes nas eleições?
- Por que sempre é dado descrédito aos resultados eleitorais?
- Qual o histórico das votações eletrônicas que já foram realizadas em Sergipe?

- Já foi identificado algum tipo de fraude? - Como é avaliada a atual forma de votação eletrônica em comparação a que era utilizado anteriormente, por cédula?
SONS UTILIZADOS: upbeat-pop-theme-2461; background-loop-chill-techno-04-2485; clip_04_intro-448; Modern Time - An Jone; wataboi-flavour-1164; You Should - Patrick Patrikios; Vinheta Politicaju abertura; Vinheta Politicaju encerramento
TIPO DO PODCAST: Entrevista com especialista convidado
Observações importantes:

ROTEIRO – PODCAST III

PODCAST POLITICAJU EPISÓDIO III	REDATOR: TALISSON SOUZA DATA: 07/06/2021
TEC	VH ABERTURA DESCE BG
LOC	+ OLÁ PESSOAL! SEJAM BEM-VINDOS AO POLITICAJU / O MAIS NOVO PODCAST SOBRE POLÍTICA EM ARACAJU / COM PRODUÇÃO E APRESENTAÇÃO DE TALISSON SOUZA // AQUI VOCÊ OUVI DIFERENTES PERSPECTIVAS SOBRE TEMÁTICAS QUE ENVOLVEM O CENÁRIO POLÍTICO / COM EPISÓDIOS ESPECIAIS QUE TRATAM SOBRE TEMAS ESPECÍFICOS / PRESENTES NO SEU DIA A DIA // VAMOS SABER O QUE DIZEM OS ESPECIALISTAS E ACOMPANHAR AS DISCUSSÕES EM

	DIFERENTES ESFERAS SOCIAIS // TUDO PARA LEVAR ATÉ VOCÊ UM CONTEÚDO INFORMATIVO DE QUALIDADE E DO SEU INTERESSE // + NO EPISÓDIO DE HOJE / VAMOS OUVIR O CIENTISTA POLÍTICO / WILSON JOSÉ / E O PRESIDENTE DA COMISSÃO DE DIREITO ELEITORAL DA OAB EM SERGIPE / JEFFERSON CARVALHO // EM PAUTA / O VOTO IMPRESSO / QUAIS CONSEQUÊNCIAS ISSO PODE TRAZER PARA A DEMOCRACIA E POR QUE ESSE ASSUNTO ESTÁ EM ALTA MESMO APÓS MAIS DE 20 ANOS DA URNA ELETRÔNICA // + FIQUE A VONTADE E SE ACOMODE DE FORMA BEM CONFORTÁVEL PARA OUVIR A PARTIR DE AGORA MAIS UM EPISÓDIO DO POLITICAJU //
TEC	VH
LOC SOBRE VINHETA	POLITICAJU EPISÓDIO III: O VOTO IMPRESSO NA MIRA DAS ELEIÇÕES 2022 //
LOC	+ NAS REDES SOCIAIS / NAS COMUNIDADES VIRTUAIS / NOS JORNAIS // PELO MENOS EM ALGUM DESSES MEIOS VOCÊ JÁ DEVE TER OUVIDO FALAR DO INTERESSE DE ALGUNS GRUPOS POLÍTICOS NA VOLTA DO VOTO IMPRESSO // A GENTE LEMBRA QUE A TENTATIVA DE MUDAR A FORMA DE VOTAÇÃO NÃO É UM FENÔMENO DA NOVA DÉCADA // DESDE QUE A URNA ELETRÔNICA PASSOU A SER IMPLEMENTADA NO CENÁRIO ELEITORAL / ESSA JÁ É A QUARTA TENTATIVA DE EMPLACAR O VOTO IMPRESSO AQUI NO BRASIL // + TODAS AS MEDIDAS VIABILIZADAS PARA A IMPLEMENTAÇÃO DO VOTO IMPRESSO SURGIRAM NO

	CONGRESSO NACIONAL / ATRAVÉS DE LEIS APROVADAS PELOS DEPUTADOS / UMA EM 2002 / OUTRA EM 2009 E A ÚLTIMA EM 2015 // NA PRIMEIRA TENTATIVA / SERGIPE FOI UM DOS ESTADOS ONDE O NOVO MODELO DE VOTO CHEGOU A SER TESTADO // O RESULTADO OBTIDO NÃO FOI O ESPERADO E ISSO FEZ COM QUE O PRÓPRIO CONGRESSO REVOGASSE A DECISÃO DE APLICAR INTEGRALMENTE A LEI NAS ELEIÇÕES DE 2004 // NAS TENTATIVAS SEGUINTE / AS DECISÕES DO PARLAMENTO FEDERAL FORAM DERRUBADAS PELO SUPREMO TRIBUNAL FEDERAL POR CONSIDERAR QUE A PROPOSTA COLOCARIA EM RISCO O SIGILO DO VOTO E POR CONTA DE OUTRAS VIOLAÇÕES CONSTITUCIONAIS //
TEC	SOBE SOM
LOC	+ NO EPISÓDIO DE HOJE VAMOS OUVIR O CIENTISTA POLÍTICO WILSON JOSÉ / PROFESSOR DO CURSO DE CIÊNCIAS SOCIAIS DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE // WILSON / COMO VOCÊ AVALIA ESSE CENÁRIO DE UMA NOVA TENTATIVA DE USO DO VOTO IMPRESSO?
TEC	SONORA WILSON JOSÉ (ÁUDIO 1) D. I.: 0'00" D. F.: 3'02"
LOC	+ PROFESSOR/ A GENTE PERCEBE A PRESSÃO DE DETERMINADOS GRUPOS DETERMINADOS PARA QUE SEJA IMPLEMENTADO ESSE SISTEMA DE VOTAÇÃO / POR QUE ISSO ACONTECE? O VOTO IMPRESSO PODE BENEFICIÁ-LOS DE ALGUMA MANEIRA? //

TEC	SONORA WILSON JOSÉ (ÁUDIO 2) D. I.: 0'00" D. F.: 2'56"
LOC	+ MAS / AFINAL DE CONTAS / O VOTO IMPRESSO É OU NÃO PREJUDICIAL À DEMOCRACIA? //
TEC	SONORA WILSON JOSÉ (ÁUDIO 3) D. I.: 0'00" D. F.: 3'11"
TEC	SOBE SOM
	+ NESTE EPISÓDIO DE HOJE A GENTE CONTA TAMBÉM COM A PRESENÇA DE JEFFERSON CARVALHO / PRESIDENTE DA COMISSÃO DE DIREITO ELEITORAL DA OAB EM SERGIPE // JEFFERSON / VOCÊ PODERIA NOS EXPLICAR QUAIS AS PRINCIPAIS VANTAGENS DO VOTO ELETRÔNICO E DIZER TAMBÉM SE HÁ PONTOS NEGATIVOS JÁ OBSERVADOS NESSA MODALIDADE DE VOTAÇÃO?
TEC	SONORA JEFFERSON CARVALHO (ÁUDIO 1) D. I.: 0'00" D. F.: 1'19"
LOC	+ CASO SEJA APROVADA ALGUMA LEI QUE DETERMINE O VOTO IMPRESSO / É POSSÍVEL APLICAR ELA INTEGRALMENTE NAS ELEIÇÕES DE 2022 AQUI EM SERGIPE? //

TEC	SONORA JEFFERSON CARVALHO (ÁUDIO 2) D. I.: 0'04" D. F.: 2'02"
LOC	+ TAMBÉM CASO SEJA APROVADA / COMO FICA A QUESTÃO DA FISCALIZAÇÃO PARA ESSE VOTO IMPRESSO AQUI NO ESTADO?
	SONORA JEFFERSON CARVALHO (ÁUDIO 3) D. I.: 0'00" D. F.: 2'32"
LOC	+ É IMPORTANTE LEMBRAR A QUEM ESTÁ NOS OUVINDO QUE O VOTO IMPRESSO NÃO É O MESMO QUE O VOTO EM CÉDULA / COMO OCORRIA EM TODO O BRASIL ATÉ AS ELEIÇÕES DE 1994 // O SENHOR PODE EXPLICAR PRA GENTE QUAL A DIFERENÇA ENTRE ESSES DOIS MODELOS DE VOTAÇÃO? //
TEC	SONORA JEFFERSON CARVALHO (ÁUDIO 4) D. I.: 0'00" D. F.: 4'09"
LOC	+ AGORA / JEFFERSON / EU GOSTARIA QUE VOCÊ TROUXESSE UMA AVALIAÇÃO FINAL VOCÊ DO CENÁRIO QUE VIVEMOS EM RELAÇÃO ÀS DISCUSSÕES SOBRE O VOTO IMPRESSO? //
TEC	SONORA JEFFERSON CARVALHO (ÁUDIO 5)

	D. I.: 0'00" D. F.: 2'59"
LOC	+ VOCÊ ACABOU DE OUVIR “O VOTO IMPRESSO NA MIRA DAS ELEIÇÕES 2022” / TERCEIRO EPISÓDIO DO PODCAST POLITICAJU / AO LONGO DO PROGRAMA VOCÊ PODE ENTENDER MELHOR A PROPOSTA DO VOTO IMPRESSO PARA 2022 E QUAIS CONSEQUÊNCIAS ISSO PODE TRAZER PARA O PROCESSO DEMOCRÁTICO // //
TEC	VH ENCERRAMENTO
LOC SOBRE VINHETA	+ O PODCAST POLITICAJU É UM TRABALHO EXPERIMENTAL DESENVOLVIDO PELO ALUNO TALISSON SOUZA NA DISCIPLINA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DOIS DO CURSO DE JORNALISMO DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE / ORIENTADO PELA PROFESSORA TALITA DÉDA // ROTEIRO / PRODUÇÃO E LOCUÇÃO / TALISSON SOUZA // EDIÇÃO DE ÁUDIO / CLEITON CAVALCANTE //

CAPA DE APRESENTAÇÃO PARA AS PLATAFORMAS DE STREAMING



ROTEIRO DE ENTREVISTA EPISÓDIO I

Perguntas para Heloísa Diniz:

- Para que serve um Plano Diretor e por que ele tem que existir em uma cidade do porte de Aracaju?
- Quais problemas podemos afirmar que existem hoje na cidade por conta da falta de um plano diretor atualizado?

- Quanto à mudança dos povoados do município para bairros da cidade, quais cuidados você analisa que precisam ser tomados pelo poder público diante de uma decisão como essa?

Perguntas para Breno Garibalde:

- Durante a campanha, você prometeu que tomaria medidas para que o Plano Diretor fosse atualizado. Como pretende fazer isso se até hoje nenhum outro vereador obteve êxito nas tentativas?
- Sobre a alteração de povoados para bairros na Zona de Expansão da cidade, quais garantias a população pode ter de que a aprovação dessa mudança, antes da elaboração do plano diretor, foi uma decisão certa a ser tomada?
- Quais mudanças no centro da cidade devem ser abordadas em um Plano Diretor?

ROTEIRO DE ENTREVISTA EPISÓDIO II

Perguntas para Fernanda Petrarca:

- Por que o Brasil é um dos últimos colocados no Ranking Munidal da Presença Feminina na Política?
- Qual sua análise em relação ao resultado das últimas eleições aqui na capital sergipana?
- Por que estamos tão estagnados na estatística de eleição de mulheres para a Câmara Municipal de Aracaju?
- O que é necessário para que essa realidade mude e por que é preciso que ela aconteça?

Perguntas para Sheyla Galba:

- Durante seu caminho político, você vivenciou episódios de machismo?

- Como tem sido a convivência com seus colegas da Câmara que são, na maioria, homens?

Perguntas para Linda Brasil:

- Como tem sido a vida de uma mulher da comunidade LGBT na Câmara Municipal?
- Qual futuro você enxerga para outras mulheres dessa comunidade na vida política?
- Você já sofreu com alguma atitude machista e/ou transfóbica desde que assumiu o mandato?

ROTEIRO DE ENTREVISTA EPISÓDIO III

Perguntas para Wilson José:

- Como você avalia o cenário de uma possível volta do voto impresso nos dias de hoje?
- A gente percebe a pressão de alguns grupos políticos para a implementação do voto impresso. Por que isso ocorre?
- Há quem possa se beneficiar de alguma maneira com essa modalidade de votação?
- Afinal de contas, o voto impresso é benéfico ou pode ser prejudicial para a democracia?

Perguntas para Jefferson Carvalho:

- Como o senhor analisa a aplicabilidade do voto impresso da forma como tem sido proposto?
- Aqui em Sergipe já ocorreram episódios de suspeitas de fraudes no voto

eletrônico?

- Caso seja aprovada alguma lei que determine o voto impresso, será possível aplicar ela com rigor no pleito de 2022?
- E nesse caso, como ficaria a fiscalização durante as eleições? Essa modalidade exigiria algumas mudanças no Tribunal Regional Eleitoral?
- Quais as principais diferenças entre voto eletrônico, voto impresso e voto em cédula?