



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
RADIALISMO

IGLER FELIPE DANTAS ROCHA

RODA DE FANDOM: O *PODCAST* QUE FALA A LÍNGUA DO FÃ

João Pessoa
2019

Igler Felipe Dantas Rocha

RODA DE FANDOM: O *PODCAST* QUE FALA A LÍNGUA DO FÃ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Radialismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Radialismo.

Orientador: Prof. Dr. Alan Mangabeira Mascarenhas.

João Pessoa

2019

Ficha catalográfica elaborada na Biblioteca Setorial do CCTA da Universidade Federal da Paraíba

R672r Rocha, Iglér Felipe Dantas.
Roda de Fandom: o podcast que fala a língua do fã /
Iglér Felipe Dantas Rocha. - João Pessoa, 2019.
35 f. : il.

Orientador: Alan Mangabeira Mascarenhas
Relatório (Graduação) - UFPB/CCTA

1. Radialismo. 2. Podcast - Produção. 3. Fandom. 4.
Axé Music. I. Título.

UFPB/BS-CCTA

CDU: 654.195(043.2)

Igler Felipe Dantas Rocha

RODA DE FANDOM: O *PODCAST* QUE FALA A LÍNGUA DO FÃ

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Radialismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para obtenção de título de Bacharel em Radialismo.

Orientador: Prof. Dr. Alan Mangabeira Mascarenhas.

Prof^o Dr. Alan Mangabeira Mascarenhas
Orientador

Prof. Ms. Bruno Ribeiro Nascimento
Examinador

Prof^a. Dr^a. Norma Maria Meireles Macedo Mafaldo
Examinadora

João Pessoa, 17 de setembro de 2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO

ATA DE DEFESA DOS TRABALHOS DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos 17 dias do mês de SETEMBRO, do ano de 2019, realizou-se nas dependências do Departamento de Comunicação da UFPB a cerimônia de defesa do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado "RODA DE FANDOM: O PODCAST QUE FALA A LÍNGUA DO FÃ", apresentado pelo (s) aluno (s):

IGLER FELIPE DANTAS ROCHA Matrícula 11433997
Matrícula _____

examinado pelos professores:

ALAN MANGABEIRA MASCARENHAS Orientador (a), Nota: 8,0 (oito)

BRUNO RIBEIRO NASCIMENTO Membro da Banca, Nota: 8,0 (oito) Bun

Yanna M^{re} Oliveira M. Mafaldo Membro da Banca, Nota: 8,0 (oito) YMA

e aprovado (s) com média: 8,0 (oito) sp.

Na qualidade de presidente dos trabalhos, lavro esta ata, a qual dou fé e subscrevo.

João Pessoa, 17 de SETEMBRO de 2019


Presidente da Banca

AGRADECIMENTOS

Primeiramente a Deus, pois é ele quem me guia em todos os meus passos e me conduz a trilhar os caminhos que ele sonhou para mim antes mesmo de eu chegar ao mundo.

À minha mãe, Ernalene Dantas, fonte de toda a minha inspiração. A pessoa que mais confiou e me incentivou em todos os momentos de minha vida. Você é o meu exemplo de ser humano em todos os aspectos possíveis e existentes. Obrigado por segurar na minha mão em cada passo e me mostrar que eu sou capaz de realizar todos os meus sonhos.

Ao meu pai, José Rocha, por ter acreditado em mim e investido nos meus estudos. Minha eterna gratidão.

A Aleff Castro, por todo o seu incentivo, carinho, compreensão, paciência e amor. Você é uma pessoa incrível e que teve um papel fundamental para que tudo isso se concretizasse. Obrigado por sonhar junto comigo, Bê.

Às minhas amigas e irmãs Kallyne Monte e Bárbara Tayná por todas as conversas, conselhos e apoio que vocês me deram. Nunca conseguirei agradecer a altura por tamanha generosidade.

À minha querida amiga, Rayanne Martis, por ter embarcado comigo nesse projeto e confiado em mim desde o primeiro instante que lhe convidei. Você é um anjo. Axé.

Ao meu orientador, Alan Mangabeira, por ter reascendido o meu amor pelo curso no quinto período, quando eu achei que deveria seguir por outro rumo. Suas aulas foram energia para seguir em frente.

Ao professor Bruno Ribeiro por me incentivar a gostar ainda mais de rádio e insistir para que eu fosse apresentador em um de seus trabalhos. A sementinha foi plantada e vai dar bons frutos.

À professora Norma Meireles que não tive a experiência de ser seu aluno, mas me apoiou e me deu força quando soube da minha luta para terminar este trabalho.

À Universidade Federal da Paraíba e todos os seus servidores por toda a ajuda e empenho em produzir o censo crítico nos seus alunos, para que nós possamos mudar o mundo.

Por fim, a todos que contribuíram direta e indiretamente para a realização desse sonho e que me impulsionaram a chegar até aqui.

“Eu posso seguir tranquilo, sem pressa pra

voar

Eu posso chegar bem longe

Eu posso ganhar o Mundo”

Claudia Lette

RESUMO

Este relatório consiste em uma descrição do processo de criação, desenvolvimento, produção e distribuição do *podcast* intitulado Roda de Fandom. Com base nesta proposta, este documento apresenta ainda um breve apontamento sobre a mídia *podcast*, *fandoms* e o ritmo baiano *Axé Music*. O material apresentado é composto pelos três primeiros episódios do projeto, isto é, “Tá na boca do povo, Babado Novo”, “Quem falou que o Axé não tem diva?” e “Como reconstruir o Axé?”, os quais contaram com participação de especialistas e fãs na condição de entrevistados, de acordo com a temática abordada em cada um dos programas produzidos. A proposta do Roda de Fandom consiste em trazer à tona uma série de assuntos relevantes no contexto do *Axé Music*, com o intuito de atingir não apenas os fãs do gênero musical em questão, mas também as pessoas que não fazem parte, direta ou indiretamente, do universo da música baiana.

Palavras-chave: *podcast*; *fandom*; fãs; Axé.

ABSTRACT

This report consists of a description of the process of creating, developing, producing and distributing of the podcast named "Roda de Fandom". Based on this context, this document also provides a brief description of podcast media, fandoms and the Brazilian rhythm Axé Music. The product presented involves the first three episodes of the project ("Tá na boca do povo, Babado Novo", "Quem falou que o Axé não tem diva?" and "Como reconstruir o Axé?") with the participation of experts and fans as interviewees, according to the theme discussed in each of the programs produced. Roda de Fandom's proposal is to discuss relevant issues about Axé Music, in order to entertain both fans of this musical genre and people who are not, directly or indirectly, part of the universe of Bahian music.

Keywords: podcast; fandom; fans; Axé.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
2 JUSTIFICATIVA	11
3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	12
3.1 Podcast	12
3.2 Fandom	15
3.3 Axé Music	16
4 METODOLOGIA	18
4.1 Pré-produção	18
4.2 Produção	20
4.3 Pós-produção	24
5 CRONOGRAMA	26
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	27
REFERÊNCIAS	28
APÊNDICES	30
ANEXOS	32

1 INTRODUÇÃO

O relatório em questão, conciliado com a criação do *podcast*, intitulado “Roda do Fandom”, é resultado do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), para graduação no curso de Radialismo, da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). O produto midiático tem o intuito de oferecer ao ouvinte uma reflexão sobre os temas que muitas vezes ficam presos no universo dos fãs, mas precisamente os fãs do gênero musical *Axé Music*.

A escolha para determinado tema veio a partir do interesse e admiração, além da observação de que não há muitos trabalhos e ou discussões publicadas sobre o gênero musical e o comportamento dos artistas da música originária da Bahia.

O programa utiliza-se de uma linguagem descontraída e dinâmica para levantar temas muitas vezes esquecidos, trazer opiniões de fãs sobre os assuntos discutidos e completar o debate argumentos de profissionais que vivenciam ou vivenciaram o universo de fãs ou da música baiana. Para trazer essa linguagem dinâmica e leve, foi utilizado o artifício de misturar o formato jornalístico com o entretenimento educativo, para assim trazer uma jovialidade para o formato.

O formato de gravação escolhido é inspirado no *podcast* ‘Um *milk-shake* chamado Wanda’¹ e em *talkshows* da televisão aberta brasileira, que leva uma mistura de assuntos voltados ao público mais jovem, mas que também trazem informação e conteúdo para os adultos. Com essa intenção a mídia *podcast* foi utilizada, para trazer um diálogo mais solto, diferente do que a gente costuma a escutar em um programa de rádio, e conseguir se comunicar com o público da internet, que é aquele público que consome o conteúdo de forma mais rápida e participa do debate de uma forma mais ativa.

Alguns episódios do programa contam com a presença de um convidado, com o intuito de deixar o debate acerca do tema mais rico e apresentar exemplos práticos sobre os assuntos, e em outros os apresentadores discutem sobre um dos temas propostos com a participação de fãs que estejam dispostos a conversar sobre o tema.

Estão descritos neste relatório, a série com os três primeiros episódios que serão lançados na plataforma de *streaming*² *Spotify* e tiveram os seguintes títulos: “Tá na boca do povo, Babado Novo”, “Quem falou que o Axé não tem diva?” e “Como reconstruir o Axé?”³.

¹ Disponível em: <<https://soundcloud.com/ummilkshakechamadowanda>>. Acesso em: 1 jul. de 2019.

² É uma tecnologia que envia informações multimídia, através da transferência de dados, utilizando redes de computadores, especialmente a Internet, e foi criada para tornar as conexões mais rápidas.

³ Disponível em:

<<https://drive.google.com/drive/folders/1W5nnWnWOcnPRBvhgsPYv90zUA9Nr16wC?usp=sharing>>.

O Roda do Fandom se coloca como um novo canal de debate para temas que ficam presos dentro dos grupos de fãs. O programa oferece a ele um microfone aberto para expor sua opinião e dialogar com especialistas convidados que estão inseridos no universo da música.

2 JUSTIFICATIVA

A proposta deste *podcast* surgiu da observação em se discutir temas que muitas vezes são pertinentes para a carreira de um artista, mas acabam ficando presos em grupo de fãs e terminam em frustrações por parte daqueles que acompanham com tanto entusiasmo a vida de um determinado artista. Além disso, o programa visa discutir em um âmbito mais geral sobre gênero musical, mais especificamente o *Axé music*, que, com o passar dos anos, enfrenta uma grande crise para lançar novos nomes de sucesso nacional.

A discussão a respeito desse tema e de outros que permeiam o universo musical da Bahia, apresenta uma certa precariedade e a ideia é que o *podcast* Roda de Fandom leve para o debate esses temas, com opiniões de fãs e com profissionais do meio musical e midiático para que enriqueça a conversa. A intenção é que de forma leve e descontraída, o conteúdo do programa atinja um público que vá além dos admiradores do gênero musical ou artista em questão.

Tendo em vista que o assunto do projeto gira em torno da música, nada mais adequado do que trazer esse debate para dentro do gênero *podcast*, que é derivado do rádio, meio esse que é um dos principais responsáveis por difundir músicas, artistas e demais conteúdos oriundos da indústria fonográfica.

3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

3.1 Podcast

O *podcast* é uma reconfiguração do rádio que obteve sua morada principal na internet, então para contar a história de um meio nós precisamos ressaltar a importância do outro como processo desencadeador e evolucionar. O modelo de internet atual deu seus primeiros passos na década de 60, nos Estados Unidos, para servir de comunicação militar alternativa aos meios já existentes. Logo após, o modelo passou a interligar as universidades aos militares, como relata Monteiro, “posteriormente, mais computadores se juntaram a estes, pertencentes a outras universidades, centros de pesquisa com fins militares e indústrias bélicas” (MONTEIRO, 2001, p. 28).

Após chegar às universidades, os cientistas passaram a usar a nova ferramenta de comunicação para troca de dados acadêmicos e pessoais. Atrelado a isso, os computadores começaram a apresentarem uma queda nos preços, o que acabou provocando um aumento na comercialização do produto nos Estados Unidos. Com o intuito de que as informações fossem trocadas facilmente através da rede, o inglês Tim Berners-Lee criou a *World Wide Web* ou o mais facilmente identificado como WWW.

A expansão da nova tecnologia acabou tomando também as casas das pessoas e se tornando um novo espaço de comunicação, como destaca Levy:

Como no caso da invenção do computador pessoal, uma corrente cultural espontânea e imprevisível impôs um novo curso ao desenvolvimento tecno-econômico. As tecnologias digitais surgiram, então, como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento (LÉVY, 1999, p. 32).

Foi através dessas modificações e desdobramentos que a internet foi ganhando cada dia mais espaço e de acordo com dados da Organização das Nações Unidas (ONU)⁴, até o fim do ano passado (2018), já chega a mais 3,9 milhões de pessoas, o que corresponde a cerca de 51,2% da população mundial. Ainda de acordo com a entidade, é estimado que globalmente, quase 50% de todos os domicílios têm pelo menos um computador.

Dentro da internet foram surgindo diversos espaços e maneiras de comunicação incentivados pela tecnologia e que possibilitaram uma maior interação, como explica Paiva:

⁴ Disponível em: <<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2018/12/07/mais-da-metade-da-populacao-mundial-usa-internet-aponta-onu.shtml>>. Acesso em: 1 ago de 2019.

No plano das estruturas do cotidiano há novos modos de interação e socialidade mediados pela tecnologia, que animam os diálogos e as conversações dos indivíduos e grupos, criando um estilo de conjunção e magnetismo reorganizadores das experiências coletivas [...] (PAIVA, 2013, p. 58).

Entre essas novas maneiras de se comunicar através da internet, nasce o *podcast*, que trata-se de uma evolução do rádio, meio esse que foi criado no final do século XIX para o início do século XX, segundo César (2005, p.190). Já as emissoras de rádio começaram a se desenvolver após a Primeira Guerra Mundial, com a criação da primeira grande empresa norte-americana de telecomunicações, a *Radio Corporation of America (RCA)*.

No Brasil, a primeira transmissão oficial radiofônica aconteceu no dia 7 de setembro de 1922, com o pronunciamento do então presidente da república, Epitácio Pessoa e um ano após o acontecimento foi criada a primeira rádio brasileira chamada Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, instalada na Academia de Ciências da então capital federal.

Algumas das características mais marcantes do rádio é a sua instantaneidade, que é capaz de trazer a notícia ou a sua fala sobre determinado assunto a qualquer momento; o seu alto poder de emoção, ou seja, o rádio é capaz de transmitir somente através da voz o sentimento que é tomado pelo seu locutor; e a mobilidade, que hoje é uma grande marca do rádio contemporâneo, pois assim como a internet, permite que a informação seja passada em qualquer lugar que você esteja e na palma da mão do usuário.

Por volta dos anos 2000 é lançada a primeira Rádio Web (Web Rádio) brasileira, com locução ao vivo e voltada exclusivamente para a internet. De acordo com César (2005, p.212), o lançamento do projeto marcou um novo capítulo da radiodifusão brasileira, pois toda a linguagem dos locutores, plástica e formato da emissora eram totalmente adaptados para a web, visto que o ouvinte poderia ver o locutor por meio de uma *webcam* posicionada dentro do estúdio. Por muito tempo o rádio foi o primeiro veículo a trazer a notícia em primeira mão e com toda a agilidade necessária, mas segundo Almeida e Magnoni (2010) a internet é tão instantânea quanto o rádio e passou a ser atualmente o veículo onde as pessoas se informam primeiro.

O *podcast* surge nesse cenário, assim como a Web Rádio, dentro da internet, mas trazendo um conceito diferente. A ideia inicial surgiu do ex-VJ da MTV estadunidense, Adam Curry, que já estava cansado das programações das rádios convencionais e decidiu criar o que Feitosa (2015) chama de meio fonográfico.

Apesar de ser frequentemente identificado como um programa de rádio pela internet, o *podcast* está mais próximo de ser considerado um meio fonográfico do que radiofônico, já que não é transmitido em tempo real (FEITOSA, 2015, p. 10).

Apesar de estarem imersos na internet, o *podcast* e a Web Rádio tem suas diferenças, segundo Kischievsky (2009, p.230). Para ele, a Web Rádio adota técnicas de criação e disponibilização de conteúdo em massa e de forma síncrona⁵, o que se parece muito com uma emissora de rádio analógica. Já o *podcast* funciona de uma forma assíncrona⁶ e sob demanda.

O intuito de Adam não era apenas gravar um programa de rádio convencional, colocar vinhetas, notícias, discutir um tema e disponibilizar ele na internet, a ideia era que os seus programas fossem disponibilizados imediatamente em um dispositivo e pudesse ser ouvido a qualquer momento e em qualquer lugar, para que os ouvintes não ficassem reféns da indústria e sendo obrigado a escutar uma programação que muitas vezes visava favorecer determinada gravadora ou artista. A partir daí, Cury fez uso de uma tecnologia que já era bastante utilizada em blogs, o *Feed RSS (Really Simple Syndication)*, que permite a busca automática de assuntos que são dos interesses do usuário, para criar uma ferramenta que possibilitava o *download* sem que o usuário precisasse acessar o site.

Ainda no ano de 2004 surge *iPod*⁷ que seria fundamental para a consagração do *podcast*, até porque o nome veio de “*Pod*” (do *iPod da Apple*) e “*cast*” (da palavra *broadcasting*, que significa transmissão pública e massiva de informação). Sendo assim, o *iPod* serviu como principal aparelho para difundir o *podcast*, visto que o conteúdo era disponibilizado na ferramenta *RSS*, o que possibilitava que o conteúdo fosse baixado automaticamente a partir da sua disponibilização na web.

No Brasil o *podcast* chegou no mesmo ano, com o lançamento do extinto *Digital Minds* de Danilo Medeiros. O primeiro programa foi disponibilizado no dia 21 de outubro de 2004, data essa em que hoje é comemorada o dia nacional do *podcast*. Hoje o país conta com uma infinidade de programas disponibilizados através das diversas plataformas de *streaming*. De acordo com a pesquisa de 2018 da Associação Brasileira de *Podcast* (ABPOD), os três programas mais executados no Brasil são: *Nerdcast*⁸, *Não Ovo*⁹ e o *Mamilos*¹⁰.

⁵ A transmissão é feita de forma simultânea a todos os ouvintes.

⁶ Transmissão é feita em tempos e espaços diferentes e não exige a presença simultânea dos ouvintes.

⁷ Aparelho portátil tocador de formato .mp3 da *Apple*.

⁸ Disponível em: <<https://jovemnerd.com.br/nerdcast/>>. Acesso em: 25 de agosto de 2019.

⁹ Disponível em: <<https://www.naosalvo.com.br/podcasts/naoouvo/>>. Acesso em: 25 de ago de 2019.

¹⁰ Disponível em: <<https://www.b9.com.br/shows/mamilos/mamilos-1-bundas-traicoes-complexo-de-deus-e-cometa/>>. Acesso em: 25 de ago de 2019.

3.2 Fandom

Fandom é um termo em inglês surgido da mistura de duas palavras: *fan* (fã) e *kingdom* (reino). De acordo com Hills, o *fandom* é realizado de maneiras diferentes e pode significar várias coisas em distintos micro contextos, em diferentes momentos da interação social, e até mesmo em plataformas distintas (GRECCO, 2005, p. 149). De acordo com Sandvoss, “fã é todo sujeito que está emocionalmente comprometido e demonstra um engajamento regular com um determinado objeto” (pessoas, narrativas, textos) (2013, p. 9).

Isso quer dizer que o *fandom* assume um papel diferente, dependendo da mídia ou plataforma em que ele está participando e ou interagindo. Hills afirma ainda que, para ele, o *fandom* está relacionado a

[...] representar uma identidade, é sobre um sentido para o eu, sobre afeto, em termos de atuar num nível emocional subjetivo. E é sobre o indivíduo ser colocado numa comunidade, na qual é preciso uma noção de discurso, bem como emoção.” (GRECCO, 2005, p.150).

O *fandom* se caracteriza como a comunidade de interação e atividades dos fãs, para o meio social, o que pode-se afirmar também que é o conjunto ou “plural” de fãs, se quisermos usar uma linguagem de melhor compreensão. Nessa espécie de reunião, os seus participantes expõem sua opinião e debatem sobre diversos temas ligados as pessoas ou produtos que eles gostam e admiram. Jenkins (2006) afirma em seus estudos sobre fãs, que aderir ao *fandom* é uma transição do isolamento sociocultural rumo a uma participação ativa em um grupo receptivo às suas produções e no qual há um senso de pertencimento.

Com a chegada da internet, essa interação entre fãs e artistas ficou muito mais fácil, pois possibilitou que os artistas visualizassem aqueles admiradores que estavam em meio a inúmeras pessoas na plateia de um show, mas que admirava o seu trabalho e nunca tinha tido um contato mais próximo, como uma simples troca de mensagens através das redes sociais. Ao mesmo tempo que o contato ficou mais fácil, a internet deu abertura para que os fãs pudessem acompanhar de uma forma muito mais engajada o seu ídolo, apontando críticas negativas e positivas. Jenkins classifica esses seguidores como “fãs ativos, que se recusam simplesmente em aceitar o que recebem” e que estão prontos para dar sua opinião na criação de novos produtos culturais (2009, p.188).

De acordo com Souza e Martins (2012, p.5), a cultura vivenciada pelos fãs e construída dentro do *fandom* rompe alguns paradigmas do emissor da informação, porque isso faz com que ele siga o fluxo daqueles que lhe admiram e seguem. Podemos perceber que o fã é um grande aliado dos produtos culturais, pois além se envolverem no consumo diante de uma

relação de identificação, eles também propagam o conteúdo com pessoas do seu convívio social, o que agrega a possibilidade de se atrair um novo público para o *fandom*, afinal de contas, “um mundo de escolhas abundantes, pessoas que tem mais identificação, dividem os mesmos gostos” (ANDERSON, 2006, p.182).

3.3 Axé *Music*

O Axé teve o seu marco inicial há 34 anos atrás quando Luiz Caldas lançou a música Fricote, a canção que misturava elementos do samba, frevo, rock, reggae e ritmos caribenhos aos tambores africanos, que já eram bastantes conhecidos, tomou a cidade de Salvador. O gênero musical que já tinha pai, ainda não tinha nome e essa nomenclatura nasceu das críticas do jornalista Hagamenon Brito, que intitulou de *Axé Music*, com o intuito de menosprezar as músicas.

A correlação de forças midiáticas e musicais, à época, procurou, sem sucesso, ofuscar que na nomenclatura *Axé music*, para além dos preconceitos e estereótipos, continha a possibilidade de fusão, do encontro entre estéticas e instrumentos musicais distintos: Axé, representando o afro, o tribal, o negro, o candomblé; *Music* contemplava o pop, o *world music*, neste caso, estilizado pelo encontro de guitarra e timbau, além da mediação pela voz em refrões fáceis e repetitivos. (CASTRO, 2010)

Fricote ganhou um videoclipe que mostrou a imagem de Luiz nacionalmente e levou ele a diversos programas de televisão, entre eles o Cassino do Chacrinha, programa esse que tinha a maior audiência e era veiculado na Rede Globo. Uma das características da música baiana é a sua melodia e o seu ritmo, que juntos colocaram o Brasil todo para dançar. De acordo com o produtor musical Wesley Rangel, o que consolidou a música da Bahia foi a dança em cima do trio elétrico, pois o mesmo é um ambiente de observação do artista. (PAULAFREITAS, 2005, p. 6).

Após Luiz, a música da Bahia se viu em ebulição de novos artistas e a cada instante surgia uma nova banda que trazia um novo sucesso nacional. Um ano depois do Axé estourar nas rádios e prateleiras de todo o Brasil surge a primeira mulher e interprete do gênero, Sarajane, a menina de apenas 18 anos despontou nas paradas musicais do Brasil inteiro com o hit A Roda. A música ganhou um disco de platina por ter vendido mais de 600 mil cópias e teve o seu videoclipe, gravado quase um ano após o lançamento da canção, transmitido na revista eletrônica de maior audiência da televisão brasileira, Fantástico. Na mesma época ganham projeção artistas como: Banda Mel, Asa de Águia e Chiclete com Banana.

Trazendo os traços do Olodum e do Ilê Aiyê, Margareth Menezes surge como uma voz marcante dentro do movimento, pois ela traz toda a representatividade e força do povo negro e das religiões de matizes africanas. Carlinhos Brown, grande percussionista e referência na música

da Bahia, veio após Margareth e trouxe os batuques dos timbaus¹¹ promovendo um verdadeiro concerto com as batidas do candomblé.

O Axé continuava em ascensão, mas Daniela Mercury provou para o Brasil que as barreiras precisavam ser quebradas e levou o gênero para um patamar internacional com o seu Canto da Cidade, que ecoou para milhares de pessoas em uma apresentação histórica no MASP (Museu de Arte de São Paulo). A música chegou a vender mais de três milhões de cópias em todo o mundo.

Após o enorme sucesso de Daniela, a música baiana viu nascer a sua nova estrela, Ivete Sangalo. Dona de uma voz grave e um carisma que conquistava a multidão, Ivete deu voz a grandes clássicos da banda que revelou inúmeros artistas da Bahia. A cantora hoje é um dos principais nomes do Axé *Music* e a segunda artista que mais vende no gênero, ficando atrás apenas da sua antecessora Daniella Mercury que já vendeu mais de 20 milhões de discos, segundo dados da Associação Brasileira de Produtores de Discos.

Nos anos 2000, o cenário da música baiana passa por outra renovação e tem a chegada de novos nomes para compor a nova cara do Axé *Music*. Em meados de 2001 surge a banda baiana Babado Novo, que segundo seus idealizadores, era uma versão feminina da banda Chiclete com Banana que trazia Bell Marques nos vocais. A frente da banda, estava a cantora Claudia Leitte, que o editor de entretenimento da Folha de São Paulo¹², Marcelo Bartolomei, nova promessa da música que tinha uma voz e performance marcante.

O cenário era de renovação e quem chega para assumir o lugar deixado nos vocais da banda Eva, deixada por Ivete Sangalo, é o cantor Saulo Fernandes. Saulo é atualmente o principal nome da música baiana, quando o assunto é origens, pois ele imprime a sonoridade usada por Luiz Caldas no início do Axé, até os dias atuais.

¹¹ Tambores afunilados com cerca de 70cm de altura.

¹² Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/folha/ilustrada/ult90u31673.shtml>> Acesso em: 26 mai. 2019.

4 METODOLOGIA

Neste capítulo foi abordado toda a parte de produção do *podcast* Roda de Fandom, onde será detalhado todas as etapas de execução até a publicação do produto final.

4.1 Pré-produção

O *podcast* Roda de Fandom, como já foi dito anteriormente, tem o intuito de abrir uma roda de diálogo sobre assuntos que muitas vezes ficam restritos em *fandoms* e por vezes não são abertos para o público em geral. Isso faz com que impossibilite o acesso de alguns artistas a um determinado público, visto que as vezes determinado artista ou gênero tem alguma característica que possa se assimilar a alguma pessoa, mas ele não consegue expressar de forma clara e objetiva. Percebendo essa falha vimos a necessidade de produzir um conteúdo que pudesse compartilhar essas conversas.

A ideia era que fossem feitos todos os episódios relacionados a momentos da artista Claudia Leitte, mas, olhando por uma perspectiva maior, decidimos que se abrissemos para o gênero musical Axé Music, poderíamos ter um resultado ainda mais rico e assim poderíamos difundir com maior amplitude uma cultura que hoje não está nos picos do sucesso no Brasil, como o sertanejo e o funk.

De início foi definido que seriam cinco episódios, com duração de mais ou menos vinte minutos, onde dois apresentadores conversariam de forma informal sobre o tema proposto para o programa. Para dar ao fã o poder de fala dentro do programa, foi definido que em todos os programas teriam participação de quatro a cinco fãs respondendo um questionamento feito pelos apresentadores. E para completar nós trouxemos um convidado em cada programa, que participou de uma entrevista e pode dividir conosco e com o público o seu ponto de vista sobre o tema discutido.

Com o intuito de contar com a participação do fã desde o início do projeto, definimos sete temas e colocamos para votação em uma página na rede social, Twitter, destinada aos fãs de Axé, com enfoque nos admiradores da cantora Claudia Leitte. A página Mundo Leitte no Twitter conta com mais de onze mil e seiscentos seguidores e conta com um alcance gigantesco até entre fãs de outros artistas. Os temas colocados para votação foram os seguintes: Fãs do Axé, Divas do Axé, Reconstrução do Axé, Axé × Pop, Babado Novo, Influências de artistas, Videografia (clipes) e *Performances*.

A enquete foi colocada na página no dia 26 de julho de 2018 e permaneceu aberta para votação até o dia 02 de agosto de 2019, o que significa um total de sete dias para poder colher os seus resultados. Os resultados da enquete estão expostos na figura 1 e disponibilizado na página do Twitter do Mundo Leitte.¹³

Figura 1 - Captura da tela do *Tweet* com os resultados da enquete



A determinação dos temas foi feita levando-se em consideração o número total de votos para cada uma das propostas, conforme a tabela 1.

Tabela 1 – Distribuição de votos por tema obtidos mediante enquete na página do *Twitter* “Mundo Leite”

Proposta de tema	Votos
Divas do Axé	114
Babado Novo	111
Reconstrução do Axé	92
Axé x Pop	70
Performances	58
Fãs de Axé	41
Videografia (Clipes)	35
Influencias de Artistas	28

¹³ Disponível em: <<https://twitter.com/MundoLeitte/status/1154817325163569158?s=20>> Acesso em: 27 de agosto de 2019.

Após a coleta dos resultados da pesquisa, os roteiros dos programas começaram a ser produzidos com seus respectivos temas. O primeiro programa a ser escrito foi o “Como reconstruir o Axé?” que debateu sobre os pontos que levam a crer que o movimento do Axé *Music* está tendo um declínio nas paradas musicais e hoje não lança um grande número de artistas como no passado. A ideia é que o programa apresentasse pontos do porque isso está acontecendo e levantasse essa dúvida no ouvinte.

No episódio dois o intuito era trazer a nostalgia de volta aos ouvintes falando da história da banda baiana Babado Novo. O programa faz um breve passeio por todas as fases da banda que teve como vocalistas Claudia Leitte, Igor e Guga, e atualmente conta com Mari Antunes no comando.

Já no terceiro episódio e último episódio nós conversaremos sobre as grandes vozes femininas que se tornaram destaque dentro da história do Axé *Music*. O programa falará um pouco sobre Sarajane, Margarete Menezes, Daniela Mercury, Ivete Sangalo, Claudia Leitte e Alinne Rosa. Além disso, contará com a participação de fãs interagindo e respondendo a pergunta proposta para o programa.

Devido a problemas na reserva do laboratório de Rádio I do CCTA, foi decidido que só gravaríamos três programas pois não haveria tempo hábil para gravação, edição e postagem dos episódios na plataforma de *streaming*, *Spotify*.

4.2 Produção

As gravações dos três programas aconteceram no dia 21 de agosto, das 19h30min até as 22h30min, no estúdio de rádio I localizado no anexo II do Centro de Comunicação, Turismo e Artes (CCTA) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). O programa foi apresentado pela jornalista Rayanne Martins e o estudante de Radialismo, Iglor Felipe. Para gravar o áudio foi utilizado o microfone e condensador Sony C48 (Figura 2) e o mixer de áudio Sony SRP-V316 (Figura 3), disponíveis no estúdio. Já a captação foi feita através do *software*¹⁴ Sony Sound Forge¹⁵, pelo estudante de Radialismo e extensionista do projeto Web Rádio UFPB coordenado pela professora Norma Meireles, Robson Filho.

¹⁴ É um agrupamento de comandos escritos em uma linguagem de programação, sendo esses comandos responsáveis por criarem ações dentro de um programa e permitir o seu funcionamento. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/informatica/software/>>. Acesso em: 28 de ago de 2019.

¹⁵ Disponível em: <https://www.sonycreativesoftware.com/email/soundforge/11/2013-08-13-SF11_SL2_Feature.htm>. Acesso em: 28 de ago de 2019.

Figura 2 - Microfone condensador C48



Figura 3 - Mixer de áudio Sony SRP-V316



No primeiro episódio com título: “Como reconstruir o Axé?”, conversamos sobre um assunto que tanto é falado entre os fãs de música baiana que é o da reconstrução ou renovação do Axé. Levantamos nosso ponto de vista sobre o assunto e conversamos com Augusto Rabelo, criador da maior plataforma de conteúdo sobre carnaval do Brasil e do canal Somos Carnaval

no *YouTube*, que conta com mais de 10 mil inscritos. A gravação do programa foi feita no estúdio e as repostas do entrevistado foram enviadas pelo aplicativo de mensagens *Whatsapp*, em forma de áudio, para serem anexadas ao programa na hora da edição.

No segundo episódio com título: “Tá na boca do povo, Babado Novo”, nós conversamos sobre a banda baiana Babado Novo que passou por diversas formações e hoje conta com os vocais de Mari Antunes. Começamos o programa lembrando alguns sucessos da banda nas vozes dos seus antigos vocalistas até chegar na sua formação atual. Conversamos por telefone com o jornalista potiguar, apresentador de TV e fã da banda Babado Novo, Diego Negrellos. Ele nos contou um pouco da sua história com a banda e compartilhou momentos vividos com as vocalistas Claudia Leitte e Mari Antunes.

No momento da gravação da entrevista, a energia do estúdio caiu, pois uma das funcionárias do serviço terceirizado da UFPB acabou desligando o disjuntor que fornecia energia para metade do prédio do CCTA. Após ligar os equipamentos novamente percebemos que a gravação que estava sendo captada através do programa *Sound Forge*¹⁶ foi totalmente deletada, sem a possibilidade de resgatar o conteúdo previamente gravado. Com isso ligamos novamente para o entrevistado e recomeçamos a captação e gravação da entrevista.

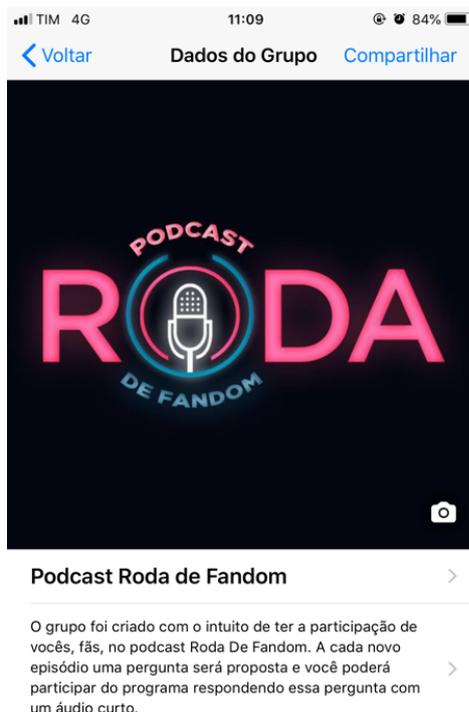
No terceiro e último episódio intitulado de: “Quem falou que o Axé não tem diva?” nós falamos sobre as cantoras com maior popularidade e visibilidade dentro do movimento do Axé *Music*. Conversamos um pouco sobre a importância dessas divas para a música baiana e sobre a inspiração que elas trazem para os futuros nomes da música brasileira. Entrevistamos a cantora baiana e vocalista da banda Babado Novo, Mari Antunes, e conversamos com ela sobre o papel da diva dentro da música. Terminamos o programa com a seguinte pergunta: O que é necessário para ser uma diva do Axé? Os fãs nos responderam por meio de áudio e compartilharam as suas opiniões.

Em todos os programas contamos com a participação do fã, que poderia mandar seu áudio através do nosso grupo criado no *Whatsapp*¹⁷. Em cada episódio uma pergunta era feita no grupo e os fãs que estavam lá presentes poderiam responder através de áudio para que a sua participação fizesse parte do programa.

¹⁶ Disponível em: <https://www.sonycreativesoftware.com/email/soundforge/11/2013-08-13-SF11_SL2_Feature.htm>. Acesso em: 28 de ago de 2019.

¹⁷ Aplicativo para smarthphone que possibilita a troca de mensagens de texto e áudio.

Figura 4 - Descrição do grupo no aplicativo *Whatsapp*



A logo do programa foi criada pelo publicitário Diego Nogueira. A identidade visual foi criada no programa Adobe Photoshop CC 2019 e conta com um esquema de cores frias predominante, dando destaque ao rosa e o azul, que segundo o seu criador foi para remeter aos dois gêneros que apresentam o programa que se misturadas formam a cor roxa do fundo. O símbolo do microfone remete ao uso do objeto para gravação do *podcast*. A intenção de trazer o microfone para dentro da letra “o”, que também faz referência a roda, traz a ideia de que a informação a ser compartilhada ali terá voz e será democrática.

Figura 5 - Vitrine do *podcast*



4.3 Pós-produção

O arquivo bruto gravado no laboratório de Rádio do CCTA pesou cerca de 132,8 megabytes¹⁸ para todos os episódios, sem contar com os áudios que foram enviados pelos entrevistados através do aplicativo de mensagens *Whatsapp* que somaram um total de 12,7 megabytes. Os programas foram editados pelo editor de áudio Hebert Alves no programa Audacity¹⁹, que é um *software* totalmente gratuito que conta com recursos profissionais de edição e efeitos.

O áudio bruto ao ser importado para o *software* de edição passou por tratamentos para atingir uma boa qualidade, o que ideal para um *podcast*. Logo após o tratamento inicial as falas foram cortadas para que houvesse um maior dinamismo na conversa e fosse retirado todos os erros de repetição, pois uma das principais marcas de um bom *podcast* é a sua edição com poucas falhas, um tempo de silêncio quase inexistente entre as falas e diminuição no tempo de pausa no decorrer da conversa. Tivemos como base de exemplo na hora da edição alguns *podcasts* voltados ao universo pop, como o ‘Um *Milk-shake* Chamado Wanda’, que apresentam uma estrutura semelhante ao nosso e que se utilizam de trilhas e vinhetas na sua construção.

As trilhas sonoras usadas como fundo são diferentes para todos os episódios, visto que cada um deles fala sobre um tema ligado a música. No primeiro a gente utilizou músicas que foram marcantes na fase inicial do Axé *Music*, no segundo a ideia foi trazer uma nostalgia com músicas da banda Babado Novo interpretada por todos os seus vocalistas e no terceiro que homenageou as divas da música baiana, nós utilizamos as músicas de cada uma delas para mostrar a identidade e o perfil que elas utilizam nas suas canções.

O fato de ter utilizado as músicas como trilhas sonoras para o programa é para remeter a ideia do rádio, que faz uso dessa técnica em programas musicais para ilustrar a fala de algum apresentador ou artista que participe do programa. Além das trilhas, foram utilizados efeitos sonoros em alguns momentos específicos e uma vinheta de abertura com o nome do programa, que apenas ecoou o nome do programa em diferentes entonações e com a ajuda de efeitos.

O material final do *podcast* Roda de Fandom foi distribuído na plataforma de *streaming* de músicas, *podcasts* e vídeos, *Spotify*, onde o usuário poderá ter acesso de forma gratuita através do pacote simples que o serviço oferece ou através de outros pacotes em que o seu assinante poderá baixar o conteúdo para ouvir na hora que quiser sem ter conexão com a

¹⁸ Unidade de medida de informação que equivale a 1.000.000 de bytes. Ele é usado para medir o tamanho da memória e do espaço de armazenamento de um hardware. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/produtos/O-que-e-megabyte/>> . Acesso em: 28 de ago de 2019.

¹⁹ Disponível em: <<https://www.audacityteam.org>> . Acesso em: 22 de ago de 2019.

internet. De acordo com sua descrição, “Com o Spotify, é fácil encontrar a música ou o *podcast* ideal para cada momento, seja no celular, no computador, no tablete ou em outros dispositivos.” (SPOTIFY, 2019).

5 CRONOGRAMA

ATIVIDADES	MAI 2019	JUN 2019	JUL 2019	AGO 2019	SET 2019
Elaboração do projeto					
Levantamento Bibliográfico					
Elaboração dos roteiros					
Gravação					
Edição					
Elaboração do relatório					
Apresentação do trabalho					

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O *podcast* tem sido um grande aliado de novos criadores de conteúdo, pois ele permite a sua liberdade para montar o formato e apresentar o conteúdo proposto de uma maneira mais aberta e sem restrições. Isso se deve ao fato da sua proposta ser de fato leve e descontraída, o que acaba conquistando um público maior, pois o conteúdo chega de uma forma segmentada e voltada para os interessados no assunto.

O desenvolvimento do *podcast* Roda de Fandom, proporciona aos fãs do gênero musical Axé Music, lembrar de fatos marcantes da história e refletir sobre os possíveis passos que o movimento pode dar no futuro para que não haja uma não renovação dos artistas e da música baiana como um todo. Fica claro que essa discussão precisa sair dos grupos de fãs e adentrar no universo dos empresários e músicos que compõe o cenário musical do Axé Music.

Além disso, o projeto deu ainda mais voz a assuntos que muitas vezes são negligenciados por grandes artistas, por se tratar da opinião de um admirador e não de um grande empresário e ou gravadora. Nesse sentido é bastante pertinente que aquele que está do outro lado, o fã, tenha vez e voz ao comentar assuntos que possam gerar uma quantidade de críticas negativas muito grande.

A execução do projeto foi, ainda, de grande valia para exercer o papel do radialista, uma vez que foi necessário o uso da criatividade para desenvolver um formato diferenciado de programa, produzir o conteúdo que seria gravado e dirigir para que o consumidor final tivesse uma boa experiência ao escutar o *podcast* e que o fã pudesse se sentir representado dentro do formato do programa com sua fala e com temas que fossem julgados importantes.

A intenção é que o Roda de Fandom possa ter vida após o fim desse projeto e continue abraçando os assuntos que permeiam o universo do *fandom* de qualquer gênero musical, com uma série de episódios voltados a cada um desses.

REFERÊNCIAS

- ABPOD - Associação Brasileira de *Podcasters*. **Podpesquisa**, 2018. Disponível em: <<http://abpod.com.br/podpesquisa/>>. Acesso em: 06 de ago. 2019.
- ALMEIDA, A.C.; MAGNONI, A.F. **Rádio e internet**: recursos proporcionados pela web, ao radiojornalismo. FERRARETO e KLÖCKNER (orgs). E o rádio? Novos horizontes mediáticos. Edipucrs: 2010, p.432-445 Disponível em: < http://www.pucrs.br/e_dipucrs/eoradio.pdf>. Acesso em 15 de abril de 2013.
- ANDERSON, Chris. **A Cauda Longa (The Long Tail)**. Rio de Janeiro: Campus, 2006
- CASTRO, Armando Alexandre. Axé music: myths, truths and world music. **Per Musi**, n. 22, p. 203-217, 2010.
- CÉSAR, Cyro. **Rádio: a mídia da emoção**. Ed. 2. São Paulo: Summus, 2005.
- FEITOSA, Yves Henrique de. **Arrodeio Podcast, um novo canal de comunicação para o futebol paraibano**. Relatório de Conclusão do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal da Paraíba, habilitação em Jornalismo. João Pessoa, 2015.
- GALILEU. **Inventor da internet quer agora democratizar sua criação**, 2018. Disponível em: <<http://https://revistagalileu.globo.com/Tecnologia/noticia/2018/10/inventor-da-internet-quer-agora-democratizar-sua-criacao.html>>. Acesso em: 06 de ago. 2019.
- GRECO, Clarice. O *fandom* como objeto e os objetos do *fandom*. **MATRIZES**, v. 9, n. 1, p. 147-163, 2015.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Trad. ALEXANDRIA, Susana. São Paulo: Aleph, 2009
- JENKINS, Henry. **Fans, bloggers and gamers: exploring participatory culture**. New York: New York University, 2006.
- KISCHINHEVSKY, Marcelo. **O rádio sem onda**. Convergência digital e novos desafios na radiodifusão. Rio de Janeiro: E-Papers, 2007.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- MONTEIRO, Luís. A internet como meio de comunicação: possibilidades e limitações. In: **Congresso Brasileiro de Comunicação**. 2001. Disponível em: <<http://www.portcom.intecom.org.br/pdfs/62100555399949223325534481085941280573.pdf>>. Acesso em: 15 de jun. 2019.
- PAIVA, Cláudio Cardoso de. **Hermes no ciberespaço: uma interpretação da comunicação e cultura na era digital**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.
- PAULAFREITAS, Ayêska. Música de rua de Salvador: preparando a cena para a axé music. **I Enecult**, 2005. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2005/AyeskaPaulafreitas.pdf>> Acesso em: 25 jul. 2019

SANDVOSS, Cornel. Quando a estrutura e a agência se encontram: os fãs e o poder. Tradução de Simone do Vale. **Ciberlegenda: Revista Eletrônica do Programa de Pós-graduação em Comunicação – PPGCOM/UFF**, n. 28, 2013. Disponível em: <<http://www.uff.br/ciberlegenda/ojs/index.php/revista/issue/view/A%20Cultura%20f%C3%A3%20na%20era%20das%20m%C3%ADdias%20digitais/showToc>>. Acesso em: 20 ago. 2019.

SILVEIRA, Stephanie Carlan da. Resistência e participação: o conceito de subcultura e o estudo de fãs no atual contexto. 2009. **Trabalho apresentado ao III Simpósio Nacional ABCiber**, São Paulo, 2009.

SOUZA, Andressa; MARTINS, Helena. A Majestade do *Fandom*: a Cultura e a Identidade dos Fãs. In: **XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Fortaleza**. 2012.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Espelho do *podcast* Roda de Fandom, episódio Tá na boca do povo, Babado Novo

Script Roda do Fandom: Tá na boca do povo, Babado Novo

Locutor 1	OI PESSOAL!/ COMEÇA AGORA MAIS UM RODA DO FANDOM!/ O PODCAST QUE FALA A LINGUA DO FÃ./
Locutor 2	POIS É, GALERINHA./ FICA COM A GENTE QUE O PROGRAMA PROMETE./
Técnica – Vinheta de abertura	Roda de Fandom
Locutor 1	HOJE A GENTE VAI FALAR SOBRE A BANDA BABADO NOVO./
Técnica	Gritos de êeeeeee
Locutor 2	POIS É./ A BANDA BABADO NOVO SURTIU EM MEADOS DE 2001 E TROUXE A CANTORA CLAUDIA LEITTE NOS VOCAIS./ A IDÉIA DE SEUS IDEALIZADORES ERA QUE A BANDA SE TORNASSE A VERSÃO FEMININA DO CHICLETE COM BANANA./
Locutor 1	A BANDA VIROU SUCESSO NO PAÍS INTEIRO APÓS ALGUÉM GRAVAR UM SHOW, QUE ACONTECEU NA CIDADE DE SOUSA, NO INTERIOR DA PARAÍBA./ O PRIMEIRO GRANDE SUCESSO DO GRUPO FOI A MÚSICA AMOR PERFEITO./
Locutor 2	APÓS A SAÍDA DE CLAUDINHA, A BANDA TEVE GUGA E IGOR COMO NOVOS VOCALISTAS./ OS MENINOS FICARAM NA BANDA DURANTE TRÊS ANOS./
Locutor 1	LOGO APÓS QUEM ASSUME A BANDA E ESTÁ ATÉ OS DIAS

	ATUAIS É A BAIANA MARI ANTUNES./
Locutor 2	E PARA CONVERSAR SOBRE ESSE ASSUNTO, A GENTE RECEBE O JORNALISTA DIEGO NEGRELLOS DIRETAMENTE DE NATAL./
Locutor 1	POIS É! DIEGO É FÃ DA BANDA DESDE O SEU INÍCIO COM CLAUDINHA E ACOMPANHA HOJE OS NOVOS PASSOS DE MARI ANTUNES./ SEJA BEM VINDO A NOSSA RODA!./
Entrevistado	...
Locutor 2	DIEGO, COMO FOI O SEU PRIMEIRO CONTATO COM A BANDA BABADO NOVO?/
ENTREVISTA	
Locutor 1	RAYANNE VAMOS PERGUNTAR PARA OS FÃS: O QUE TE MARCOU EM TODA A HISTÓRIA DO BABADO NOVO?/
PRIMEIRO ÁUDIO (PARTICIPAÇÃO)	
DISCUSSÃO	
SEGUNDO ÁUDIO (PARTICIPAÇÃO)	
DISCUSSÃO	
TERCEIRO ÁUDIO (PARTICIPAÇÃO)	
DISCUSSÃO	
QUARTO ÁUDIO (PARTICIPAÇÃO)	
DISCUSSÃO	
Locutor 1	
Locutor 1	A GENTE TÁ CHEGANDO AO FIM DE MAIS UM RODA DE FANDOM, FICA LIGADO NO NOSSO SPOTIFY QUE TEM MAIS EPISÓDIOS POR LÁ./
Locutor 2	AH, NÃO ESQUECE DE MANDAR PARA O AMIGO E COMPARTILHAR NAS SUAS REDES SOCIAIS./ ATÉ A PRÓXIMA PESSOAL./

ANEXOS



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Discente: IGLER FELIPE DANTAS ROCHA

Matrícula: 11413997

Título do Trabalho:

RODA DE FANDOM: O PODCAST QUE FALA A
LÍNGUA DO EÃ

Professor (a) orientador (a): ALAN MANGABEIRA MASCARENHAS

Professor (a) co-orientador (a): _____

Declaro, a quem possa interessar, que o presente trabalho é de minha autoria e que responderei por todas as informações e dado nele contidos, ciente da definição legal de plágio e das eventuais implicações.

João Pessoa, 17 de SETEMBRO de 2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO

TERMO DE AUTORIZAÇÃO DE DIVULGAÇÃO

Eu, IGLER FELIPE DANTAS ROCHA,
 portador do RG de nº 3810 320, inscrito no CPF sob o nº
063994904-56, acadêmico regularmente matriculado sob a matrícula
11423997, no Curso de Radialismo da UNIVERSIDADE FEDERAL DA
 PARAÍBA, autorizo que a IES ou meu orientador divulgue a obra intitulada
"RODA DE FANDOM: O PODCAST QUE FALA A LÍNGUA
DO FÃ
 em qualquer canal de comunicação e que a mesma seja encaminhada para submissão e
 posterior publicação em eventos e/ou periódicos de caráter científico, desde que seja
 preservada a autoria da obra, e até que cesse esta autorização.

João Pessoa, 17 de Setembro de 2019.

Igler Felipe Dantas Rocha
 Assinatura do (a) discente



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO
COORDENAÇÃO DO CURSO DE RADIALISMO

TERMO DE RESPONSABILIDADE

Eu, IGLER FELIPE DANTAS ROCHA,
aluno (a) regularmente matriculado (a) no Curso de Radialismo, matrícula
11413997, na disciplina TCC II, assumo
total responsabilidade sobre o Trabalho de Conclusão de Curso de minha autoria e
autorizo sua divulgação na web, assim como seu armazenamento na forma que dispuser
a UFPB.

João Pessoa, 17 de Setembro de 2019.

Igler Felipe Dantas Rocha
Assinatura do (a) discente