

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**REGINA EM CHAMAS:
A TELENOVELA NO MUNDO DOS PODCASTS**

JOÃO VICTOR BARBOSA DE MELLO

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**REGINA EM CHAMAS:
A TELENOVELA NO MUNDO DOS PODCASTS**

Relatório técnico submetido à Banca de
Graduação como requisito para obtenção do
diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

JOÃO VICTOR BARBOSA DE MELLO

Orientador: Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa

RIO DE JANEIRO

2014

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia o relatório técnico **Regina em Chamas: a telenovela no mundo dos podcasts**, elaborado por João Victor Barbosa de Mello.

Relatório técnico examinado:

Rio de Janeiro, no dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Gabriel Collares Barbosa
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Expressão e Linguagens - UFRJ

Prof. Dr. Micael Maiolino Herschmann
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Prof. Dr. Fernando Antonio Mansur Barbosa
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação – UFRJ
Departamento de Expressão e Linguagens – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2014

FICHA CATALOGRÁFICA

MELLO, João Victor Barbosa de.

Regina em Chamas: a telenovela no mundo dos podcasts. Rio de Janeiro, 2014.

Relatório técnico (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) - Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ, Escola de Comunicação - ECO.

Orientador: Gabriel Collares Barbosa

MELLO, João Victor Barbosa de. **Regina em Chamas: a telenovela no mundo dos podcasts.** Orientador: Gabriel Collares Barbosa. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO.
Relatório técnico em Jornalismo.

RESUMO

Este relatório descreve a criação, produção, execução e distribuição do podcast Regina em Chamas, programa piloto em áudio para a web sobre telenovelas, que vai em anexo na versão digital deste trabalho. Com tema vilãs, o piloto contou com a participação de especialistas e profissionais de telenovela brasileira. O Regina em Chamas foi pensado a partir das tendências na comunidade podcast e ainda propõe uma discussão teórica sobre o formato no Brasil e no mundo.

AGRADECIMENTOS

À Deus, por ter me dado forças e proteção para vencer os desafios da vida adulta e da graduação.

À minha família (de sangue e de coração), pelo apoio e torcida pelo meu sucesso. Agradeço especialmente à minha mãe e à minha avó Nelly, por sempre inspirarem sucesso, sonhos e criatividade.

Aos meus amigos queridos do Grupeco, por todas as risadas e pela parceria até para além do Atlântico, especialmente à Indira, que me adotou durante a graduação e se tornou uma grande amiga, de quem eu tenho muito orgulho e admiração.

Sou muito grato também ao Renan e à Tainá, amigos de fora da universidade, por acompanharem minhas dúvidas e sofrimentos e serem um pilar nos dramalhões da minha vida.

À mi amor hermoso Fabian, pelos afagos e compreensão em tempos turbulentos.

Ao meu orientador, professor Gabriel Collares, por abraçar o meu projeto e dar suporte às minhas ideias.

À minha terapeuta Luana, por ser a responsável pela manutenção da minha sanidade em meio aos momentos de caos nos últimos dois anos.

À professora Cristina Rego-Monteiro da Luz, pela palavra amiga e abraço apertado na hora certa.

Aos meus colegas do Vídeo Show, que na rotina do trabalho, contribuíram para minha formação em teledramaturgia e para muitas das reflexões presentes no produto final.

Aos colegas do Gshow, pela amizade e apoio na trajetória acadêmica e profissional.

À Escola de Comunicação da UFRJ, construída por todos nós, funcionários e estudantes, por ser um ambiente de ousadia, crescimento e aprendizado.

Finalmente, agradeço ao Fiuk, personagem criado por mim e pelos colegas da ECO a partir do Fiuk real, que foi mascote e fuga bem-humorada da rotina, além de, pessoalmente, ter sido um querido! Sob a guarda de Fiuk!

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	08
2. PODCAST – O RÁDIO QUE NÃO É RÁDIO.....	10
3. PRODUÇÃO DO PODCAST.....	16
3.1 Produção.....	16
3.2 Escolha do tema.....	17
3.3 Quadro “Eu sou rica” e o consumo ligado à telenovela.....	19
3.4 Escolha do nome do podcast.....	20
3.5 Distribuição do podcast.....	22
3.6 Gravação e edição.....	23
4. CONCLUSÃO.....	26
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	27
5. ANEXO DO ROTEIRO ORIGINAL.....	32

1. Introdução:

Este relatório tem como objetivo descrever e fazer as devidas relações teóricas sobre o Trabalho de Conclusão de Curso “podcast Regina em Chamas”. O produto consiste no episódio piloto de aproximadamente 90 minutos de um podcast sobre telenovelas, com o tema: vilãs.

A ideia nasceu de uma conversa entre amigos que gostam de novelas e ouvem, com alguma frequência, podcasts, principalmente por notarem que não há nada do gênero produzido para o nicho de telenovelas, o que acabou se mostrando verdadeiro a partir de pesquisa para produção do podcast.

No capítulo 1 são descritas as considerações teóricas e históricas sobre podcasts. É analisado, nesta parte do relatório, como nasceu o formato e seu desenvolvimento à nível mundial e nacional. O capítulo conta, em diversos momentos, com análises do discurso dos próprios produtores, chamados de podcasters, que publicaram o livro “Reflexões sobre Podcast”, em 2014, com considerações teóricas e práticas sobre suas produções. A própria produção do livro e de uma pesquisa de mercado de ouvintes de podcats¹, também usada neste relatório, organizadas pelos podcasters, mostra o reaquecimento do debate em torno deste formato, que virou febre nos anos de 2004 e 2005. (HERSCHMAN & KISCHINHEVSKY).

No capítulo 2 é apresentado o processo de produção do “Regina em Chamas”, ainda com algumas considerações teóricas e etapas de criação do produto.

Essa parte do relatório abre com a descrição do surgimento da ideia para o produto, que inicialmente seria apenas uma empreitada experimental de amigos. O caráter coletivo da criação e da produção permaneceram, mas a concepção, produção e edição se concentraram em apenas uma pessoa para que o produto adquirisse caráter de “Trabalho de Conclusão de Curso”.

¹ Disponível em: <http://podpesquisa.com.br/2014/resultado> Acesso em: 2 de novembro de 2014

A escolha do tema também é descrita e justificada, por sua relevância para a sociedade brasileira. Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD², de 2011, mostram que, apesar do crescimento de outros meios eletrônicos de comunicação nos lares brasileiros, a TV ainda impera presente em 96,9% dos domicílios, seguida pelo rádio, em 83,4%, e pelo computador (sem especificar se com acesso ou não à internet), com 42,9%. A escolha do tema também visa preencher o vácuo de podcasts sobre o assunto.

A opção pelo nome “Regina em Chamas” também é apresentada a partir de seu processo criativo, mas também levando em conta reflexões teóricas sobre o tema, assim como a distribuição do podcast, tema sensível aos produtores do gênero e que definiu os rumos do formato.

Por fim, o relatório apresenta algumas considerações sobre a edição do podcast.

² Disponível em:
ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_anual/2011/tabelas_pdf/sintese_ind_6_4.pdf Acesso em 3 de novembro de 2014.

2. Podcast - o rádio que não é rádio

Navegando na miscelânea de conteúdos na Internet atrás de dicas sobre podcast, o especialista lança, no vídeo, uma comparação: enquanto o rádio demorou 38 anos para alcançar 50 milhões de ouvintes, a Internet realizou a façanha em 3 anos³. Os dados apresentados por Leo Lopes, no Workshop de Produção de Podcasts Online, impressionam a plateia e seriam usados para mostrar a força da internet na distribuição de conteúdo em áudio, mas, como afirma a máxima de McLuhan: “o meio é a mensagem” (MCLUHAN, 1974), e a relevância, capilaridade e conteúdo desses produtos em áudio vai muito além da simplificação proposta por Lopes.

Em sua célebre frase, McLuhan sintetizou sua observação em como o conteúdo era modificado em sua produção e recepção dependendo da tecnologia (meio) em que era comunicado e distribuído. “Pois a “mensagem” de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas, humanas”. (MCLUHAN, 1974, p. 22).

Sendo assim, o que foi, num primeiro momento a tentativa de trazer um formato já consolidado nas rádios para a internet, acabou ganhando peculiaridades inerentes ao “meio”, ao mesmo tempo em que trouxe características dos formatos já consagrados pela radiodifusão.

Dentro dessa mistura de formatos, é importante salientar que os conceitos de rádio, web-rádio e podcast geram controvérsia na “podosfera” (como os produtores de conteúdos em áudio chamam a comunidade de podcasters). A principal polêmica em torno dos termos se relaciona exatamente ao modo de distribuição desses conteúdos, fazendo valer mais uma vez a máxima do guru McLuhan.

São considerados podcasts os conteúdos em áudio online que utilizam da tecnologia RSS (Really Simple Syndication) para distribuição. Nesse modelo, o ouvinte que assina

3

Disponível

em:

<https://www.youtube.com/watch?v=MEqqcKHeZrA&list=PL71ABY8h2Hunj9UMPGA80hsPb6Pin4im3>

Acesso em: 3 de novembro de 2014

para receber o podcast é informado sempre que há novos episódios sem que precise visitar o site.

O próprio nome podcast deriva desse método de distribuição. Batizada pelos desenvolvedores e produtores, em 2004 (VANASSI, 2007, p. 53), o primeiro podcast foi, na verdade, a adaptação da tecnologia RSS, já usada em blogs para conteúdo escrito, para suportar arquivos de áudio do apresentador de TV americano Adam Curry e, posteriormente, ser distribuído no Itunes, ferramenta de compartilhamento de músicas da Apple. Logo, “Pod” vem de Ipod, dispositivo para executar músicas da Apple, e a terminação “cast” deriva de broadcasting, que em inglês significa transmissão.

Existem registros de áudios compartilhados na internet antes do nascimento definitivo dos podcasts, mas a estratégia para distribuição acabou moldando o formato desse produto. Como apresenta o escritor do cap 1, agora “(...) em vez de o internauta ir ao conteúdo, o conteúdo vai para o internauta” (LUIZ, 2014, p. 3).

Herschmann e Kischinhevsky também salientam que a produção do podcast muda a relação do consumidor, que agora pode produzir o conteúdo que não acha nos meios analógicos.

Com o barateamento dos equipamentos de informática, criar condições materiais para ser ouvido deixa de constituir questão primordial: em certo sentido, há uma apropriação dos meios de produção por parte dos usuários. Os receptores-consumidores – muitos deles amparados pela ideologia punk do faça-você-mesmo – tornaram-se também emissores e, atirando suas garrafas ao mar, conseguiram criar fenômenos midiáticos, de alcance mais ou menos limitado. (HERSCHMANN & KISCHINHEVSKY, 2007, p. 10)

O podcaster e pesquisador Pablo de Assis também salienta essa característica do formato de permitir mais participação e flexibilidade para o consumidor e estabelece mais claramente as diferenças entre os conceitos de rádio, web-rádio e podcast. Enquanto os dois primeiros se diferenciam apenas pelo meio, um analógico e outro digital, os podcasts são distribuídos conforme a preferência do consumidor.

Na prática, o que diferencia as web-rádios das rádios tradicionais é somente o canal ou o meio de emissão. Mas o podcast difere dessa forma

de mídia não só pelo canal (que é o mesmo das web-rádios) mas principalmente pela participação do ouvinte, que é ativo na hora de escolher quando e como ele preferir - muitas vezes sem estar conectado à internet, algo imprescindível para se ouvir uma web-rádio (ASSIS In LUIZ, 2014, p. 21)

A prática de poder escutar o podcast mesmo offline remota uma tendência já apontada por Nicolas Negroponte ainda em 1995, em seu conhecido “A Vida Digital”, onde ele observa que, apesar de os indivíduos estarem cada vez mais conectados, as interações offline ganham mais importância nas relações. Negroponte propõe uma análise dos benefícios do “off-line” na vida conectada, usando o conceito de comunicação assíncrona, ao analisar a popularização dos e-mails no início da década de 90.

Um dos maiores atrativos do correio eletrônico, o e-mail, é que ele não nos interrompe como a conversa telefônica (...) Nem todas as nossas comunicações precisam ser imediatas e em tempo real. Somos constantemente interrompidos ou obrigados a ser pontuais por coisas que, na verdade, não merecem tanto imediatismo ou presteza.

Este ano, a Podpesquisa, realizada por podcasters brasileiros para entender o perfil do ouvinte nacional, mostra alguns resultados surpreendentes e que contradizem alguns mitos sobre o tamanho do conteúdo digital, outro ponto peculiar aos podcasts. Segundo o levantamento dos sites e podcasts Radiofobia, Aerocast, Papo de Gordo e Racum, 47,55% dos entrevistados preferem podcasts com 90 minutos ou mais de duração. A pesquisa foi feita com mais de 16 mil ouvintes entre 1 de fevereiro e 30 de abril de 2014.⁴

O movimento de procurar conteúdos de longa duração se reflete não apenas em produtos em áudio, mas também nos audiovisuais. Pesquisa da comScore, empresa pública americana no setor de dados sobre o mundo digital, observou um crescimento substancial na duração média do conteúdo audiovisual consumido na internet. Em janeiro de 2012, ano de divulgação da pesquisa, o tempo médio de visualização de conteúdos audiovisuais nos

⁴ Disponível em: <http://podpesquisa.com.br/2014/resultado> Acesso em: 2 de novembro de 2014

Estados Unidos foi de 6,1 minutos, o que representa um crescimento de 22% se comparado ao mesmo período de 2011.⁵

Apesar de os cenários internacional e nacional apontarem para o consumo de conteúdos de longa duração, Leo Lopes, dono do podcast Radiofobia e da reflexão que abre o capítulo deste relatório, constata que, no caso dos podcast, a tendência brasileira aponta para programas ainda mais longos que os estrangeiros.

Enquanto lá fora os programas são mais curtos, geralmente feitos por uma só pessoa, com uma produção mais simples e focada no conteúdo, aqui no Brasil os podcasts são mais longos, feitos por um grupo de pessoas, com produção mais trabalhada, e focados no papo (LOPES In LUIZ, 2014, p. 11).

O crescimento na duração dos conteúdos na internet também aponta para a competição entre os meios. Apesar de entendidos por muitos autores, como Jenkins em seu aclamado Cultura da Convergência (JENKINS, 2009), como produtos que convergem suas narrativas, o cenário pode também ser de competição dentro de nichos de interesse.

O novo meio já estaria roubando ouvintes do rádio convencional entre os jovens, o que, se for confirmado, poderia acarretar um esvaziamento ainda maior das emissoras analógicas ao longo dos próximos anos (HERSCHMANN & KISCHINHEVSKY, 2007, p. 9)

As corporações também fazem suas tentativa em entrar no mundo dos podcasts, com algumas experiências isoladas em geral. Entretanto, no Brasil, os casos não têm alcançado sucesso, seja pela irregularidade dos episódios ou pelo formato de distribuição que extrapola o modelo dos podcasts, baseados em feeds RSS e mobilidade do áudio, que pode ser baixado da internet, como explica Luiz:

Muitas vezes até existe a referência a “podcast”, mas costuma ser um programa de áudio sem regularidade que não pode ser baixado por RSS e sequer via download, o que é contrário ao conceito básico de podcasting (LUIZ, 2014, p. 17)

⁵ Disponível em: <http://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2012/2/comScore-Releases-January-2012-US-Online-Video-Rankings> Acesso em 3 de novembro de 2014.

Em sua pesquisa sobre podcasts, Primo inicia o seu artigo mostrando as diferenças entre os podcasts mantidos por empresas e aqueles mantidos por indivíduos. O pesquisador faz uma comparação entre os zines, a partir das teorias de subculturas de Thornton, para mostrar que a diferença não se restringe apenas à distribuição por RSS.

Os podcasts produzidos por indivíduos e grupos sem vinculação com corporações de mídia e que atingem pequenas audiências são de fato micro mídia. Por outro lado, empresas que atuam na mídia de massa e de nicho já estão produzindo seus próprios podcasts. (PRIMO, 2005, p. 4)

Para Primo, “(...) a publicação de arquivos de áudio e de RSS não determina necessariamente que o podcasting seja uma mídia de nicho ou micromídia” (PRIMO, 2005, p. 4).

Herschmann e Kischinhevsky ainda abordam algumas tentativas de digitalizar o sinal da rádio convencional no Brasil e enumeram experiências mundo afora de tentativas de entrar no mundo digital das corporações de comunicação. Entretanto, os pesquisadores frisam a diferença entre os dois modelos.

... seja qual for o modelo de rádio digital, é praticamente nula a possibilidade de interação dos ouvintes, exceto pela forma convencional – opinião, participação de debate ou pesquisa por meio de telefone. A convergência tecnológica, conforme a visão corrente na indústria radiofônica, choca-se frontalmente com as aspirações de expressão política, social e cultural da geração do podcasting. (HERSCHMANN & KISCHINHEVSKY, 2007, p. 14)

Apesar da euforia em torno dos podcasts “como micromídia” (PRIMO, 2005) em seu surgimento em 2004, no Brasil verificou-se que, dois anos depois de suas primeiras experiências consolidadas na internet, o formato foi perdendo espaço. O fenômeno “podfade” (desaparecimento de podcasts, abreviado em inglês) abalou o setor em 2005 e resultou no desaparecimento de experiências pioneiras.

Hoje, o movimento aponta para possível crescimento do debate e do número de podcasts. Com a carência de literatura e pesquisas sobre o tema no Brasil, os próprios produtores têm se organizado em movimentos para fortalecer a “podosfera”, comunidade dos podcasters, com a publicação do livro Reflexões sobre o Podcast (LUIZ, 2014) e a

realização da PodPesquisa⁶, já citados no relatório. As duas iniciativas marcam movimentos dos produtores em busca de material sobre a produção de podcasts.

Recentemente, um podcast estrangeiro também ganhou espaço no comentário sobre televisão no jornal O Globo. Em sua coluna diária, Patrícia Kogout, dedicou o maior espaço de crítica na edição do dia 27 de outubro de 2014 para um podcast americano de dramaturgia, com elogios para o formato.

⁶ Disponível em: <http://podpesquisa.com.br/2014/resultado> Acesso em: 2 de novembro de 2014

3. Produção do podcast

O capítulo seguinte descreve todas as etapas de produção do “podcast Regina em Chamas”, ainda com algumas considerações teóricas sobre cada fase. Essa parte também descreve os processos e justifica a opção pelo tema, pelo nome do produto e pela estratégia de distribuição.

3.1 Produção

“Ninguém sabe tudo, todos sabem alguma coisa, todo o saber está na humanidade” (LEVY, 1998, p. 29)

A ideia da produção de um podcast sobre telenovelas surgiu a partir de conversas com colegas da ECO/UFRJ, alguns fãs de novelas, outros apenas de podcasts. Dentro do conceito de inteligência coletiva, proposto pelo pesquisador de cybercultura Pierre Lévy (LEVY, 1998), as suposições e insights de cada um se somaram à teorização e pesquisa e, posteriormente, à produção do produto.

É importante reconhecer que, apesar de contar com roteiro, edição e produção assinadas por mim, o podcast contou com importantes colaborações de Indira Rodrigues, estudante de jornalismo da ECO/UFRJ, e Isabela Serpa, estudante de Rádio e TV da ECO/UFRJ, que participaram como co-apresentadoras no piloto, além de revisoras do roteiro e da edição.

O podcast também contou com a expertise dos convidados Igor Sacramento, professor da ECO/UFRJ com uma pesquisa voltada para televisão, e Raphael Machado, roteirista do Vídeo Show, programa metalinguístico da TV Globo, com making ofs e memória das produções da TV.

A produção também é fruto da minha trajetória profissional, ainda como estagiário, na produção de conteúdo digital para os programas de entretenimento da TV Globo já por 14 meses.

O cronograma ficou organizado da seguinte forma: produção de convidados e roteiro para setembro de 2014; pré-produção de vinhetas e entrevistas gravadas para a primeira metade de outubro de 2014; gravação do programa para o final de outubro de 2014, e edição, campanha de distribuição e marketing e redação do relatório para novembro de 2014. Todas as datas foram cumpridas e os prazos obedecidos.

Na fase de produção de convidados, os nomes do professor Igor Sacramento e de Raphael Machado logo apareceram. Raphael trabalhou comigo no Vídeo Show e é grande conhecedor e apaixonado por teledramaturgia brasileira, enquanto o professor Igor já tinha sido citado por colegas, que sabiam do meu interesse em estudar e trabalhar com telenovelas. Enquanto um apresentou uma visão mais mercadológica do tema, o outro partiu em uma visão mais analítica e acadêmica.

A participação de Indira Rodrigues e Isabella Serpa na gravação do programa aconteceu, primeiro, porque elas se envolveram diretamente na concepção do produto e auxiliaram na redação do roteiro, mas para que o podcast se adequasse a um formato mais apreciado pelo público brasileiro consumidor desse gênero.

3.2 Escolha do tema

A edição de 2014 da PodPesquisa⁷ revelou que o tema “Televisão, séries e cinema” ficou em segundo lugar na preferência dos entrevistados, apontado por 68% dos ouvintes como seu gênero favorito. Apesar disso, durante a pesquisa de mercado empreendida para o trabalho não foi encontrado nenhum podcast que abordasse o tema novelas, dentro dos parâmetros descritos neste relatório. Entretanto já existe conteúdo diverso na rede sobre o tema.

Apesar do crescimento da internet no Brasil, a TV ainda representa grande fatia no acesso e preferência dos consumidores. De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio - PNAD⁸, de 2011, 96,9% dos domicílios brasileiros possuem televisão, contra 42,9% que possuem computador (sem especificar se com acesso à internet ou não).

⁷ Disponível em: <http://podpesquisa.com.br/2014/resultado> Acesso em: 2 de novembro de 2014

⁸ Disponível em:

ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_anual/2011/tabelas_pdf/sintese_ind_6_4.pdf Acesso em 3 de novembro de 2014.

Dentro da grade das TVs abertas no Brasil, as novelas, especialmente a novela do horário das nove da TV Globo, são os produtos com maior audiência na TV (STOCCO, 2009, p. 6), e como salienta Stocco em sua dissertação de mestrado em sociologia sobre a novela Paraíso Tropical, que ficou aquém do esperado para o horário em termos de audiência, mesmo que não alcancem o sucesso esperado pelas emissoras, as novelas são líderes de audiência na grade e representam um importante mecanismo de construção da identidade nacional. Ela defende que “(...)as novelas não podem ser desprezadas nem como um fenômeno da indústria de massa no Brasil, nem como objeto de estudo, sobretudo quando se fala de identidade nacional” (STOCCO, 2009, p. 8).

Nesse contexto, a TV Globo, maior produtora de telenovelas do país (STOCCO, 2009, p. 5), tenta correr atrás do mercado consumidor da internet para a tela da TV. A emissora mantém desde janeiro de 2014 o portal Gshow⁹, criado para consolidar o conteúdo para web de todos os produtos de entretenimento da emissora¹⁰. O portal soma mais de 7 milhões de “curtidas” em sua página no Facebook¹¹, sua principal plataforma nas redes sociais, além de ter conquistado espaços estratégicos dentro da home da globo.com, que reúne todo o conteúdo para web do Grupo Globo.

Páginas não-oficiais também se espalham nas redes sociais e na web, com destaque para o blog noveleiros¹², do grupo RBS, que traz críticas sobre as principais produções no ar, e para o site histórico e referencial Teledramaturgia¹³, do hoje blogueiro do portal UOL e especialista em novelas Nilson Xavier.¹⁴

Portanto, desde fãs à produtoras de conteúdo de novelas, passando pela academia, o tema tem levantado debates e pesquisas, mas ainda não se insere na “podosfera”, que quando trata de televisão, se atém a series e programas estrangeiros.

⁹ Disponível em: <http://gshow.com>. Acesso em: 10 de novembro de 2014.

¹⁰ Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/01/globo-lanca-novo-portal-de-entretenimento-o-gshow.html> Acesso em 10 de novembro de 2014

¹¹ Disponível em: <http://facebook.com/portalgshow>. Acesso em 10 de novembro

¹² Disponível em: <http://wp.clicrbs.com.br/noveleiros/?topo=52,1,1,,186,e186>. Acesso em 10 de novembro de 2014.

¹³ Disponível em: <http://www.teledramaturgia.com.br/>. Acesso em 10 de novembro de 2014.

¹⁴ Disponível em: <http://nilsonxavier.blogosfera.uol.com.br/>. Acesso em 9 de novembro de 2014.

3.3 Quadro “Eu sou rica” e o consumo ligado à telenovela

As telenovelas, enquanto produtos de mídia, são grandes veículos de estímulo ao consumo de outros bens, o que motivou a criação de um quadro que se pretende fixo no “Regina em Chamas”, batizado de Eu sou rica.

Inspirado em uma cena emblemática da teledramaturgia recente, da novela Beleza Pura, da TV Globo, de 2008, e que virou febre na internet, o quadro pretende discutir como as novelas trabalham o tema do consumo. A partir de cada tema, a ideia é discutir com exemplos a forma com que o público se relaciona com o consumo de bens materiais pela influência da telenovela.

Em sua obra “Telenovela, consumo e gênero”, Heloísa Buarque de Almeida mostra, a partir de pesquisa etnográfica na cidade rural de Montes Claros, a forma como o consumo, segundo maior crítica à televisão aberta apresentada pelo grupo estudado (ALMEIDA, 2003, p. 163), atua no cotidiano para o público de telenovelas.

Assim como o personagem pode construir uma imagem de marca para determinada roupa, o uso de certas roupas é parte da construção da personalidade do personagem e de seu estilo de vida. Os diferentes estilos são condizentes tanto com as necessidades da narrativa, como com a manutenção de uma sociedade de consumo, com sua decorrente segmentação de mercado, que explora diversos estilos de vida no lançamento e na criação dos próprios produtos. (ALMEIDA, 2014, p. 203)

Um trunfo das novelas é ainda o fato de que ela faz propaganda de um produto, marca ou tendência de forma indireta, sem indicar que está tentando convencer o espectador a comprar algum produto (ALMEIDA, 2014, p. 203). Fora o uso do merchandising, técnica mais óbvia de publicidade na teledramaturgia, as telenovelas são capazes de fortalecer marcas e tendências, vendendo não um produto ou outro, mas um estilo de vida.

Mais do que simplesmente promover o consumo de bens e serviços, a novela, pelo uso de certos valores e pela exposição de diversos estilos de vida através de suas narrativas e personagens, promove a formação de uma cultura de consumo (...), (ALMEIDA, 2014, p. 32)

Sendo assim, a discussão sobre consumo ocupa lugar privilegiado no roteiro do programa, interrompendo a conversa entre os participantes do podcast e promovendo uma troca de impressões e informações relacionadas ao tema do dia. O Eu sou rica pretende ser um momento também não apenas de falar como observador, mas participar como público influenciado e também atraído pelo fetiche da mercadoria nas telenovelas.

3.4 Escolha do nome do podcast

O nome do podcast foi a última decisão sobre o produto. Depois de algumas tentativas e conversas entre amigos, o “Regina em Chamas” surgiu a partir de uma entrevista divertida e bem-humorada da atriz Regina Duarte, que coleciona papeis de mocinhas na teledramaturgia brasileira, para a rádio paulista Jovem Pan, no programa “Pânico”, disponível no Youtube.¹⁵ No bate-papo com os humoristas do programa, a atriz fala sobre carreira e vida pessoal de maneira bem descontraída.

Marcada por personagens histriônicos, a própria atriz já admitiu que exagerava na interpretação¹⁶, o que motivou o segundo nome para o podcast. Se o nome da atriz reflete o caráter histórico e relevante da telenovela no Brasil, “em chamas” se relaciona ao tipo de interpretação que Regina Duarte usava em seus papeis na TV e ainda ao seu comportamento na web nos últimos anos.

Seja por conta de vídeos caseiros, como o que divulgou em suas redes sociais para falar de sua peça e causou alvoroço na internet¹⁷, ou com vídeos produzidos por empresas de comunicação e mais profissionais, mas da mesma forma para a internet, como os dois vídeos que fez para a Revista Caras¹⁸¹⁹, a atriz se tornou um fenômeno na web. E como aponta Martino, ao mesmo tempo em que a “webcelebridade” rompe com a estrutura tradicional da mídia massiva, um tipo de mídia se alimenta da outra. (...) a lógica da fama instantânea nos ambientes digitais é ao mesmo tempo uma ruptura e uma continuidade com os circuitos de produção das indústrias da cultura” (MARTINO, 2014, p. 176)

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zuSl4i7hniM>. Acesso em 10 de novembro de 2014.

¹⁶ Disponível em: <http://super.abril.com.br/blogs/oblogdasperguntas/2013/02/01/regina-duarte-eu-me-arrependo-por-ter-interpretado-personagens-de-modo- tao-exagerado/>. Acesso em 10 de novembro de 2014.

¹⁷ Disponível em: <http://www.papelpop.com/2014/05/regina-duarte-e-uma-ex-feminista-ma-e-psicotica-e-vai-assombrar-barbara-paz-em-gata-velha-ainda-mia/>. Acesso em 10 de setembro de 2014.

¹⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ttb4kr--vw4>. Acesso em 10 de setembro.

¹⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=510jFVq N-4>. Acesso em 10 de setembro.

Regina Duarte também mantém uma agitada conta no Instagram, onde soma já mais de 3 mil posts²⁰. Mais que simples conteúdos virais, a atriz coleciona memes na internet, produzidos por ela mesma ou por fãs, como é o caso do “Regina em Chamas”, o que aumenta seu potencial de divulgação. (MARTINO, 2014, p. 180)

Os memes, “unidades de informação na área da cultura” (MARTINO, 2014, p. 177), possibilitam não apenas o compartilhamento de ideias, mas permitem a construção de novos significados a partir de um signo comum, ao mesmo tempo que seduzem seu público. “(...) os memes têm a capacidade justamente de atrair o interesse de indivíduos e comunidades para determinados assuntos ou situações e, em certos casos, para a forma original do meme” (MARTINO, 2014, p. 179)

Portanto, Regina Duarte representa a união de duas forças: a da mídia massiva e seu glamour e também a de ser um potencial gerador de memes na internet. Em certo sentido, pode-se apropriar de uma comparação que o pensador Edgar Morin estabeleceu a respeito das divas de Hollywood para compreender melhor esse fenômeno.

Em “As estrelas”, Morin descreve o lugar glamouroso e divino das atrizes do cinema mudo norte-americano. Quando o autor, entretanto, reflete sobre o cinema falado, que começava a dar seus primeiros passos à época da publicação de sua obra, Morin pontua que essas divas hollywoodianas acabam se aproximando do público e, ainda que menos “sublimes”, se tornam mais “amadas”.

O mesmo paralelo pode ser pensado no caso de Regina Duarte e sua atuação nas redes sociais. A transposição da atriz do mundo da televisão, onde historicamente é tratada como uma diva por sua história e reconhecimento do público e da crítica, para a internet indicam uma transição do seu lugar intocável para ocupar um novo espaço de interação e admiração.

A veneração sede lugar à admiração. São (...) menos sublimes, todavia mais amadas. E, assim como determinados deuses do panteão da Antiguidade se metamorfoseavam em deuses-heróis da salvação, as estrelas-deusas humanizam-se, tornam-se novos mediadores entre o mundo maravilhoso dos sonhos e da vida quotidiana (MORIN, p.20-21)

²⁰ Disponível em: <http://instagram.com/reginabduarte>. Acesso em 10 de setembro.

Nessa lógica, o “Regina em Chamas” não tem a pretensão de se tornar um meme ou viral tão forte quanto as experiências aqui exemplificadas, mas navegar e explorar na força e mobilização em torno do nome da atriz.

“(…) memes seriam uma forma de criar laços, ainda que difusos, entre as pessoas: reelaborar um meme é ser parte de uma comunidade talvez anônima, mas não menos forte. Memes são compartilhados em redes sociais digitais, de certa maneira, pelo mesmo motivo que pessoas contam piadas ou histórias que ouviram: para fazer parte do grupo. (...) Assim, entender um meme significa estar entre as pessoas que conseguem decifrar mensagens nem sempre claras para quem não conhece o contexto”. (MARTINO, 2014, p. 179)

E não há melhor lugar para explorar um meme que as redes sociais, o que introduz o próximo tópico do capítulo: a distribuição do podcast. “Se os memes são veículos de transmissão de grupos de ideias, as redes sociais e as possibilidades de compartilhamento de informações são um meio de expansão de ideias à velocidade da luz” (MARTINO, 2014, p. 178).

3.5 Distribuição do podcast

Como já dito acima no relatório, uma das características que marcou o surgimento desse formato na web foi a forma de distribuição desse conteúdo. Sendo assim, foi criado um feed RSS para hospedar o podcast, entretanto outras estratégias, além da óbvia, foram aplicadas para distribuir e divulgar o trabalho na internet.

O podcaster Pablo Assis, em seu artigo sobre os feeds para podcast, reconhece que, apesar de os podcasts norte-americanos e europeus sustentarem sua audiência apenas com o RSS, no caso brasileiro, a tendência é construir uma plataforma de suporte para a distribuição do conteúdo, seja por blogs ou pelas redes sociais, o que foi o caso do “Regina em Chamas”, com sua página no Facebook com conteúdos extras e relacionados à temática do podcast.

No Brasil, pode-se dizer que a maioria dos podcasts lançados possuem blogs ou sites com postagens sobre os episódios, com links, imagens e informações extras relativas à mídia apresentada ou ainda com textos sobre outros assuntos. Atualmente, muitos utilizam fanpages no Facebook para o mesmo fim. (ASSIS, 2014, p. 11)

Para divulgação do “Regina em Chamas”, foi criada uma página no Facebook²¹, onde o internauta se acostuma ao universo do podcast, com imagens de telenovelas e montagens com a Regina Duarte, além de comentários sobre telenovelas em links e posts usando o mesmo tom do piloto.

O áudio do podcast foi hospedado inicialmente na plataforma SoundCloud de forma gratuita. O site, responsável por hospedar diversos podcasts, disponibiliza 180 minutos de áudio para os usuários iniciais utilizarem para upload.²² Após ultrapassar esse limite, o usuário deverá optar por um dos planos do site.

O SoundCloud também desenvolve um programa, ainda em fase experimental, para podcasters²³, que pretende facilitar a criação e atualização do feed RSS.

Por conta da dificuldade em gerar o feed RSS e de aderir ao programa para podcasters da plataforma, o site HearThis surgiu como uma opção totalmente gratuita e mais intuitiva para o podcast, que está hospedado no endereço <http://heathis.at/regina>.

Também foi gerado um RSS automático para o “Regina em Chamas”, seguindo a regra que deu origem ao formato, com o gerador automático de feeds para podcasts do Google²⁴ no <http://feeds.feedburner.com/reginaemchamas>.

3.5 Gravação e edição

A partir dos dados da PodPesquisa 2014²⁵, o podcast “Regina em Chamas” assumiu o formato de aproximadamente 90 minutos, formato preferido pelos ouvintes de acordo com a pesquisa, como apontando anteriormente no relatório.

Foram gravados, no dia 24 de outubro, 2h30 de material bruto com os participantes no laboratório de rádio da CPM, na Escola de Comunicação da UFRJ, com apoio do professor orientador Gabriel Collares e do técnico Sérgio Muniz.

²¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/reginapodcast>. Acesso em 20 de novembro de 2014.

²² Disponível em: <https://soundcloud.com/pro?ref=t100>. Acesso em 11 de setembro de 2014.

²³ Disponível em: <http://help.soundcloud.com/customer/portal/articles/1209292-can-i-podcast-with-soundcloud->. Acesso em 11 de setembro de 2014.

²⁴ Disponível em: <http://feedburner.google.com>. Acesso em 2 de novembro de 2014.

²⁵ Disponível em: <http://podpesquisa.com.br/2014/resultado> Acesso em: 2 de novembro de 2014

A gravação resultou em três arquivos de áudio, que foram decupados e editados com o programa Sound Forge Pro 11.0, da Sony. O material final também ganhou inserções das vinhetas de abertura, do quadro “Eu sou rica”, além do conteúdo do quadro “Pergunta da Vovó” e de entrevista com Paulo Collucci, um dos protagonistas do vídeo “Leona Assassina Vingativa”, comentado pelos participantes do podcast durante as gravações.

As vinhetas foram produzidas a partir de conteúdo da TV Globo²⁶²⁷²⁸²⁹³⁰³¹, da Televisa³²³³³⁴, do SBT³⁵, com a música Helena, da banda My Chemical Romance³⁶. Depois de reflexão com o grupo envolvido na criação e produção do podcast, chegou-se a conclusão de que seria impossível não utilizar pequenos trechos de novelas. Apesar de todos os áudios serem protegidos originalmente pelo copyright, que proíbe sua reprodução e utilização, os mesmos foram retirados de reproduções do Youtube.

O site de vídeos já prevê, em suas regulamentações, brechas para a utilização de conteúdos copyright a partir da doutrina jurídica de uso aceitável, que permite a “reutilização de materiais protegidos por direitos autorais sob determinadas circunstâncias, sem a necessidade da permissão do proprietário dos direitos autorais”³⁷

Os áudios foram editados de acordo, principalmente, com dicas dos sites do Radiofobia³⁸ e Mundo Podcast³⁹, observando sempre manter o volume de todos os participantes na mesma altura, o cuidado com silêncios e risadas muito altas e ainda com os tiques de linguagem de cada participante.

²⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=YFl-hykh_2s. Acesso em 5 de setembro de 2014.

²⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GwyS5-Typ2Y>. Acesso em 1 de setembro de 2014.

²⁸ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Wmh2hizGQ74>. Acesso em 5 de setembro de 2014.

²⁹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=S8ZPvW1nw2Y>. Acesso em 5 de setembro de 2014.

³⁰ Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=wm8kgdZMKHY&index=9&list=PL56317CDCD1039BF2>. Acesso em 20 de novembro de 2014

³¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=8oIPg3-WPpQ>. Acesso em 2 de setembro de 2014.

³² Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=-IngPzMQjGg&list=PLJM_Ua1-Ut1xg6IfNZkk4Et9YAhJHoPx4&index=2. Acesso em 2 de setembro.

³³ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=s6FTcO7cIHk&list=PLJM_Ua1-Ut1xg6IfNZkk4Et9YAhJHoPx4&index=5. Acesso em 2 de setembro de 2014.

³⁴ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o4ZZ-itPx9k>. Acesso em 2 de setembro de 2014

³⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gZ5chzomtEc>. Acesso em 1 de setembro de 2014.

³⁶ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=7huUjcSPyzo>. Acesso em 10 de setembro.

³⁷ Disponível em: <https://www.youtube.com/yt/copyright/pt-BR/fair-use.html#yt-copyright-four-factors>. Acesso em 11 de novembro de 2014.

³⁸ Disponível em: <http://radiofobia.com.br>. Acesso em 10 de setembro de 2014.

³⁹ Disponível em: <http://mundopodcast.com.br>. Acesso em 10 de setembro de 2014.

A primeira edição consistiu apenas na limpeza dos ruídos e adequação do volume, além da indicação das entradas das vinhetas. Na segunda rodada de edição, as vinhetas e entrevistas foram incluídas e algumas partes retiradas do bate-papo.

Um dos quadros previstos no roteiro original, presente no Anexo deste relatório, teve que ser removido completamente por conta de adequação à duração estimada do produto final. Outra adequação importante foi a mudança na ordem no roteiro de entrada do segundo convidado.

Inicialmente, o professor Igor Sacramento seria apresentado logo depois do primeiro convidado, mas, por conta de um compromisso de última hora, o professor só poderia chegar mais tarde. Foi feita a opção por gravar a primeira parte com o primeiro convidado, Raphael Machado, e adaptar o roteiro para a entrada do professor Igor Sacramento posteriormente na edição.

4. Conclusão

O “podcast Regina em Chamas” é um desafio iniciado por vários colegas de curso e que continua mesmo após a conclusão do piloto e da graduação. O plano é iniciar, a partir de janeiro, um processo coletivo de produção de novas pautas, roteiros e de um cronograma para os próximos programas.

Os custos para a continuidade do projeto virão inicialmente dos produtores e também de parcerias a serem desenhadas com a ECO/UFRJ e outros podcasters.

O cenário dos podcasts no Brasil, apesar de ainda pequeno e restrito a nichos de interesse, encerra 2014 com promessas de retomar o fôlego por pressão dos próprios produtores, que estão engajados em iniciativas conjuntas para fomentar e incentivar a produção e o debate de podcasts. Seminários, workshops, pesquisas, livros e premiações se espalharam pelo Brasil este ano como fruto da mobilização dos podcasters, determinados a fazer a cena renascer no país.

O presente trabalho é, em si, um dos resultados dessas novas pressões e debates em torno do tema, que avança dentro da comunidade podcaster e de pesquisadores do tema.

5. Referências bibliográficas:

- ALMEIDA, Heloísa Buarque de (2003). *Telenovela, consumo e gênero*. Bauru: EDUSC.
- Langbecker, Jean. (2010) *Regina Duarte adora um Barraco*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=YFl-hykh_2s. Acesso em 5 de setembro de 2014.
- ANTENORE, Armando (2013). *Regina Duarte: “Eu me arrependo por ter interpretado personagens de modo tão exagerado”*. Disponível em: <http://super.abril.com.br/blogs/oblogdasperguntas/2013/02/01/regina-duarte-eu-me-arrependo-por-ter-interpretado-personagens-de-modo-ao-exagerado/> Acesso em: 10 de novembro
- ASSIS, Pablo (2014). O feed e a fidelização do podovinte. In: LUIZ, Lucio (org.) *Reflexões sobre o Podcast* (ebook). Nova Iguaçu: Marsupial Editora.
- BABU, Toto (2012). *Radio Jovem Pan Panico, Regina Duarte, 01-11-2012*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zuSl4i7hniM> Acesso em: 10 de novembro de 2014.
- COMSCORE (2012). *comScore Releases January 2012 U.S. Online Video Rankings*. Disponível em: <http://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2012/2/comScore-Releases-January-2012-US-Online-Video-Rankings> Acesso em 3 de novembro de 2014.
- CURSO DE PODCAST (2014). *Workshop de Produção de Podcasts com Leo Lopes*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=MEqqcKHeZrA&list=PL71ABY8h2Hunj9UMPGA80hsPb6Pin4im3> Acesso em: 3 de novembro de 2014
- DUARTE, Regina. Instagram @reginabduarte. Disponível em: <http://instagram.com/reginabduarte>. Acesso em 10 de setembro.
- FRAMEDGRAFFITI. *Helena - Karaoke / Instrumental with Lyrics - My Chemical Romance*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7huUjcSPyzo>. Acesso em: 10 de setembro de 2014.
- G1 (2014). *Globo lança novo portal de entretenimento, o GShow*. Disponível em: <http://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2014/01/globo-lanca-novo-portal-de-entretenimento-o-gshow.html> Acesso em: 10 de novembro de 2014.

GOOGLE. Disponível em: <http://feedburner.google.com>. Acesso em 2 de novembro de 2014.

GSHOW. Disponível em <http://gshow.com> Acesso em: 10 de novembro de 2014

_____. Disponível em: <http://facebook.com/portalgshow>. Acesso em: 10 de novembro de 2014.

HERSCHMANN, Micael; KISCHINHEVSKY, Marcelo (2007). A “geração podcasting” e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento. In: *Anais do XVI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação (Compós)*. Curitiba.

IBGE (2011). Tabela 6.4 - Domicílios particulares permanentes, por existência de alguns bens duráveis, segundo as Unidades da Federação - 2009/2011. In: *Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Síntese de indicadores 2011*. Disponível em: ftp://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_anual/2011/tabelas_pdf/sintese_ind_6_4.pdf Acesso em 3 de novembro de 2014.

JENKINS, Henry (2009). *Cultura da Convergência*. São Paulo: Aleph.

KOGOUT, Patrícia. *Razão de série policial em podcast virar campeã no Itunes*. Jornal O Globo - 27.10.2014 - página 6 - Segundo Caderno. Rio de Janeiro.

LÉVY, Pierre (1998). *A inteligência coletiva*. São Paulo: Edições Loyola.

LOPES, Leo (2014). O rádio que não é rádio. In: LUIZ, Lucio (org). *Reflexões sobre o Podcast* (ebook). Nova Iguaçu: Marsupial Editora.

LUIZ, Lucio (2014). Histórico do podcast no Brasil e no mundo. In: _____ (org). *Reflexões sobre o Podcast* (ebook). Nova Iguaçu: Marsupial Editora.

MARTINO, Luís Mauro Sá (2014). *Teoria das Mídias Digitais*. Petrópolis: Editora Vozes.

MCLUHAN, Marshal (1974). *Os meios de comunicação como extensão do homem*. São Paulo: Editora Cultrix.

REGINA EM CHAMAS. Disponível em: <https://www.facebook.com/reginapodcast>. Acesso em 20 de novembro de 2014.

_____. Disponível em: <https://hearthis.at/regina>. Acesso em 20 de novembro de 2014.

REGINA EM CHAMAS ON HEARTHIS.AT. Disponível em: <http://feeds.feedburner.com/reginaemchamas>. Acesso em 20 de novembro de 2014.

MORIN, Edgar (1989). *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: José Olympio.

MUNDO PODCAST. Disponível em: <http://mundopodcast.com.br>. Acesso em 10 de setembro de 2014.

NEGROPONTE, Nicholas (1995). *A vida digital*. São Paulo: Companhia das Letras.

PERCY148 (2009). *nazaré tedesco: apelidos de claudia*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=S8ZPvW1nw2Y> Acesso em 5 de setembro de 2014.

PODPESQUISA (2014). *Resultado Geral da PopPesquisa 2014*. Disponível em: <http://podpesquisa.com.br/2014/resultado> Acesso em: 2 de novembro de 2014

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

TEMAS DA TV (2013) *A Favorita - Tema de Abertura (Completo)*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=GwyS5-Typ2Y>. Acesso em 1 de setembro de 2014.

TEMAS DE NOVELA (2013). *INSTRUMENTAL 02 DE A USURPADORA ARMAÇÕES avi YouTube*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=-IngPzMQjGg&list=PLJM_Ua1-Ut1xg6IfNZkk4Et9YAhJHoPx4&index=2. Acesso em 2 de setembro de 2014

_____. *INSTRUMENTAL 05 DE A USURPADORA JUEGO RUDO JOGO DURO avi YouTube*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=s6FTcO7cIHk&list=PLJM_Ua1-Ut1xg6IfNZkk4Et9YAhJHoPx4&index=5 Acesso em 2 de setembro de 2014.

_____. (2013). *INSTRUMENTAL 24 DE A USURPADORA SUSPENSE avi YouTube*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o4ZZ-itPx9k> Acesso em 2 de setembro de 2014

TEMAS INSTRUMENTAIS DE NOVELAS (2014). *Turtango (Versão Estendida)*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Wmh2hizGQ74>. Acesso em 5 de setembro de 2014.

ROCHA, Pedro. *Regina Duarte é uma ex-feminista má e psicótica e vai assombrar Bárbara Paz em “Gata Velha Ainda Mia”*. Disponível em: <http://www.papelpop.com/2014/05/regina-duarte-e-uma-ex-feminista-ma-e-psicotica-e-vai-assombrar-barbara-paz-em-gata-velha-ainda-mia/> Acesso em: 10 de setembro

SODI, Thalia (2013). *Maria do Bairro - Soraya bate em Alicia e Nandinho*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gZ5chzomtEc>. Acesso em 1 de setembro de 2014.

SOUNDCLOUD. *On SoundCloud Pro*. Disponível em: <https://soundcloud.com/pro?ref=t100>. Acesso em 11 de setembro de 2014.

_____. *SoudCloud for podcasters*. Disponível em: <http://help.soundcloud.com/customer/portal/articles/1209292-can-i-podcast-with-soundcloud->. Acesso em 11 de setembro de 2014.

STOCCO, Daniela (2009). *“Paraíso Tropical” Interpretação de um país através de uma cidade e uma novela*. Rio de Janeiro: UFRJ/IFCS.

TV CARAS. *Regina Duarte dá dicas para um Natal do bem*. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=510jFVq_N-4 Acesso em: 10 de setembro de 2014.

_____. *Regina Duarte dança para saudar a vida em Nova York*. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Ttb4kr--vw4> Acesso em: 10 de setembro de 2014.

VANASSI, Gustavo Cardoso (2007). *Podcasting como processo midiático interativo*. Universidade de Caxias do Sul. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vanassi-gustavo-podcasting-processo-midiatico-interativo.pdf> Acesso em: 2 de novembro de 2014.

XAVIER, Nilson. *Blog do Nilson Xavier*. Disponível em: <http://nilsonxavier.blogosfera.uol.com.br/>. Acesso em 9 de novembro de 2014.

YOUTUBE. *O que é uso aceitável?* Disponível em: <https://www.youtube.com/yt/copyright/pt-BR/fair-use.html#yt-copyright-four-factors> Acesso em 11 de novembro de 2014.

_____. *Teledramaturgia*. Disponível em: <http://www.teledramaturgia.com.br/>. Acesso em 10 de novembro de 2014.

PRADELA, Michele Vaz. *Blog Noveleiros*. Disponível em: <http://wp.clicrbs.com.br/noveleiros/?topo=52,1,1,,186,e186>. Acesso em 10 de novembro de 2014.

RADIOFOBIA. Disponível em: <http://radiofobia.com.br>. Acesso em 10 de setembro de 2014.

ROSENBLIT, Alberto. A Favorita - Solitude. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=wm8kgdZMKHY&index=9&list=PL56317CDCD1039BF2> Acesso em 20 de novembro de 2014.

6. Anexo do roteiro original

Participantes:

João Mello, mediador.

Indira Rodrigues, co-apresentadora.

Isabela Serpa, co-apresentadora.

Raphael Machado, convidado.

Igor Sacramento, convidado.

ABERTURA: Alô, alô. Você que não perde novela nem com horário político, que levanta do sofá pra xingar a mocinha e baba no six-pack do bonitão da trama das nove, começa agora o Regina em Chamas. O podcast em homenagem a diva máxima da TV brasileira, a louquinha Regina Duarte. Por todas as Helenas, gritos, chorumelas e closes na telinha.

SOBE SOM abertura regina.

E hoje, para os regineiros conectados, o tema de estreia vai fundo nas entranhas sombrias e assustadoras dos enredos para falar de vilãs. Por que essas figuras exercem tanto fascínio no público brasileiro, ein?

Me acompanham hoje a Indira, que na verdade eu só chamei aqui porque mora comigo. Aliás, gente, qual a última novela você viu? (...) Pode não ver muita novela, mas a gata vê desde seriado adolescente da CW à série cult da BBC e vai trazer uma perspectiva gringa, já que ela é de Rondônia, que fica na Bolívia, certo? rs (...)

Para desenrolar essa trama comigo, o primeiro convidado é o cara que sabe o volume em litros das lágrimas de todas as Helenas de Maneco, roteirista do Vídeo Show e meu amigo, Raphael Machado SOBE SOM VIDEO SHOW..Aliás você sabe algum desses dados loucos de Vídeo Show? Quantas cuecas a Cora já cherou, por exemplo.

- Se apresenta aí Rapha... Há quanto você tá no Video Show?

O segundo convidado é de casa, pra dar aquele ar intelectual, uma mistura do cloneiro Abiere com charme do Dr. Cesar de Amor à Vida, graduado, pós-graduado na Eco, hoje também professor nessa ilustre instituição, Igor Sacramento. SOBE SOM O CLONE-MAKTUB. Nós bem sabemos que o povo na universidade prefere estudar os impactos reflexivos da poesia

glauberiana na pós-modernidade disconexa amalgamada no Cinema Novo do que novela. Por que você resolver se aprofundar nos folhetins? Rolou preconceito? (...)

VILÃS QUE MARCARAM A TELEDRAMATURGIA [UMA DE CADA DÉCADA]: Para começar esse papo macabro, vamos distribuir o Oscar de maldades para as top vilãs de cada década. E com a palavra, para anunciar as indicadas da década de 70, ele não é Zeca Camargo, mas é Fantástico! Raphael Machado

Questões na apresentação de vilãs:

1. Que outras vilãs estavam no páreo?
2. Qual foi a maior maldade dela?
3. Por que vocês acham que essa vilã fez tanto sucesso?

SOBE SOM eu sou rica

EU SOU RICA - Chegou a hora de ostentar, minha gente! Esse é o momento em que a gente dá uma pausa na conversa para falar de consumo. As vilãs tem um grande apelo para consumo, não é, rapazes? A gente viu as blusas brancas de Carminha fazerem incrível sucesso ou até mesmo nos anos 80 os blazers de Odete Roitman, a rainha das vilãs. Que peças ou acessórios vilanescos vocês acham que marcaram época? Fala, Indie, você que vê muita novela.

- vilã tem que ser diva, com salto, maquiagem e tal?

DE ONDE VEM ESSA FASCINAÇÃO PELAS VILÃS: É tanta adoração por essas fofas que a gente nem se lembra de onde isso vem. Mas desde antes da televisão, essas mulheres sórdidas já causavam alvoroço no público. Para falar um pouco sobre esse lugar da vilã no melodrama e como ele se tornou essa febre nacional na teledramaturgia moderna, com vocês, o especialista carioca em telenovela, professor Igor.

- De que maneiras isso impacta no imaginário coletivo, seja nos produtos jornalísticos, nas páginas de fãs, nas redes sociais?

SOBE SOM nazare

HORA DA NAZA - Se segura que chegou a hora da gostosa, é a hora da Naza! Em homenagem à essa deusa das vilãs de Aginaldo Silva, Nazaré Tedesco, vamos jogar todo macarrão sem molho da TV escada à baixo, expurgar os protozoários insignificantes da telinha sem medo de ser infeliz para sempre. Vamos elencar os piores dos piores das novelas. Quero que vocês me digam que vilã vocês mandam descer a escadaria caracol de Nazaré Tedesco?

FALA DA VOVÓ - Falando em coisa antiga, eu fui bater um papo com a pessoa que me fez viciar em novelas, desde os dramalhões mexicanos da tarde até a novela das 23h da Record, minha querida vovó Nelly.

SOBE SOM pergunta da vovó

Questões:

1. Quem aqui assiste novela mexicana? Qual a sua preferida?
2. Apesar de ancoradas no melodrama e no folhetim, as novelas mexicanas e brasileiras apresentam algumas diferenças tanto estéticas quanto estruturais do roteiro. Que elementos das novelas mexicanas vocês acreditam que fascinam tanto o telespectador brasileiro?
3. O que uma vilã mexicana tem em comum com uma típica vilã brasileira?
4. Eu achei a Livia Marine, de Salve Jorge, super xicana. Aliás, a novela toda parecia uma caricatura de uma novela, uma sátira ao estilo Dom Quixote. O que vocês acham dessa megera e sua injeção assassina que divertiram os telespectadores e mobilizaram as redes?

Case Leona

Eu assisti Paola Bracho diva as 5678 vezes que passou no SBT e depois ainda vi no Netflix. Aliás, A Usurpadora está disponível na íntegra, em português, até no Youtube. A vilã Soraia, de Maria do Bairro, novela que faz parte da trilogia das Marias da Televisa, também virou hit e inspirou dois meninos em Belém do Pará a fazerem um vídeo que bombou em 2009. Não sei aqui quem lembra da Leona, a assassina vingativa.

- Então, a Leona e a Alejada Hipócrita ainda estão à solta e a gente conseguiu uma entrevista exclusiva com essas figuras que incorporaram uma série de elementos da cultura novelesca para criar sua vilã de sucesso.

SOBE SOM Alejada Hipócrita FINAL

- A Usurpadora foi exibida 5 vezes no SBT
- Em sua primeira exibição, o último capítulo teve 27 pontos no IBOPE de média, um número altíssimo para a emissora do patrão Silvio.
- Dando continuidade à trilogia, os produtores decidiram fazer um *remake* de *Los ricos también lloran*. A atriz Thalía assinou com a Televisa um contrato de cerca de 800 mildólares para protagonizar a telenovela.
- Maria do Bairro foi exibida seis vezes pelo SBT. Em 2012 alcançou os melhores pontos no Ibope, com picos de 10.
- Soraya Montenegro (Itatí Cantoral)

Perguntas:

1. (Mais pro Igor) Vocês já assistiram esse vídeo? Ele mostra um pouco como a telenovela se insere na narrativa sobre a nossa própria rotina. É um exemplo de como uma narrativa ficcional age sobre a construção da realidade, sobre os imaginários coletivos. Como vocês avaliam essa experiência? As mídias sociais mudaram a relação do público com o produto ficcional da televisão (perfis dos personagens, mobilização de fãs, interatividade)
2. (Mais por Rapha) Que elementos você identifica nesse vídeo típicos de um roteiro de telenovela?

FECHANDO: Queria agradecer a você que baixou essa bagaça e aguentou ouvir a gente todo esse tempo. Muito obrigado ao Rapha e ao Igor. Indira, obrigado pela paciência e pelas colaboração. Agradeço também à ECO, ao Sergio Muniz, responsável pela técnica e ao querido orientador, professor Gabriel Collares. Santa Helena nos guarde, guie e divirta. Beijo!