



Convergências midiáticas do cibermeio brainstorm9: uma análise das interfaces teóricas youtube, Podcast e digital móvel¹

Amanda Brinto Sampaio²

Carolina da Silva Costa³

Everson Umada Monteiro⁴

Resumo: O presente artigo pretende discutir questões relacionadas ao campo de estudo da convergência midiática e cibercultura, através de um estudo de caso e análise quantitativa do objeto cibermeio Brainstorm9 (B9). Busca-se através das interfaces teóricas youtube, Podcast e digital móvel com base nas considerações de Abraham Moles, Henry Jenkins, Lev Manovich e Simon Bond, apresentar uma discussão a cerca destas linguagens contemporâneas utilizadas pelo veículo digital. Verifica-se que o cibermeio utiliza tais interfaces para ampliar possibilidades de transmissão, para maior interatividade e consumo da informação.

Palavras chaves: cibermeio. Youtube. Podcast. Digital Móvel.

¹Artigo enviado na modalidade Interatividade, Novas Narrativas e Convergência.

²Graduada em Publicidade e Propaganda; Mestranda em Comunicação no Programa de Pós Graduação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: amandabritoufms@gmail.com

³Graduada em Comunicação Social/ Jornalismo; Mestranda em Comunicação no Programa de Pós Graduação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: carolcosta-22@hotmail.com

⁴Graduado em Publicidade e Propaganda; Mestrando em Comunicação no Programa de Pós Graduação da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul. E-mail: eversonum@gmail.com



1 Introdução

A sociedade a partir do século XXI vive em uma era marcada pelo uso das tecnologias móveis, em que as pessoas através de seus dispositivos como *smartphones*, *tablets*, notebooks acessam a Internet ou fazem atividades multimídias, permitidas pelas várias ferramentas dos aparelhos.

Na era contemporânea, as tecnologias de comunicação digital, as novas linguagens midiáticas, representam uma quebra de paradigma no campo da produção e distribuição de conteúdo informativo e de entretenimento, causando mudanças na sociedade, como novas formas de interação e relações sociais e estruturais permitidas pelo computador, internet e as tecnologias móveis. André Lemos define os reflexos dessa quebra de paradigma, através dos estudos denominados de cibercultura, em que considera o termo como “a cultura contemporânea marcada pelas tecnologias digitais” (LEMOS; CUNHA, 2003, p 11-23).

A junção das tecnologias digitais com os meios de comunicação favoreceu a emergência da convergência midiática, onde, por meio da digitalização das mídias o jornalismo foi imerso na produção múltiplas plataformas e nas redações integrada fazendo parte do ambiente virtual, a internet. Junto ao ciberjornalismo (jornalismo digital), vários outros sítios, tanto para acesso de informação, quanto para entretenimento foram sendo desenvolvidos, dentre eles o cibermeio Brainstorm9 (B9), que é o objeto de pesquisa deste trabalho.

Brainstorm9 é considerado atualmente como um dos portais de maior repercussão de um determinado seguimento nacional. Criado pelo publicitário Carlos Merigo, o sítio está no ar desde 2002 e aborda assuntos relacionados à publicidade, internet, negócios comunicação digital, dentre outros. Além disso, o cibermeio apresenta o seu conteúdo através de artigos, matérias, *Podcast* e vídeos.

O método proposto para a análise do objeto é o quantitativo, que segundo o autor Richardson (1989), caracteriza-se pela coleta de dados de maneira a enfatizar nos números, na quantificação das informações, através de técnicas estatísticas, desde as mais simples até as mais complexas. No entanto, através do objeto desta pesquisa, Brainstorm9, o presente



estudo irá quantificar o número de notícias, *Podcast* e vídeos que utilizam a interface Youtube, além de verificar a disponibilização de uma página diferenciada para o acesso através dos dispositivos móveis, com o recorte do período no mês de abril de 2015.

2. Convergência Midiática e a Linguagem Contemporânea

Considerada como o alicerce da cultura humana e também o instrumento de sua manifestação e desenvolvimento, a linguagem percorreu diversos estágios até chegar no modo contemporâneo atual, que é caracterizada pela cultura tecnológica e digital. A primeira forma de linguagem presente na raça humana era a cultura oral, em que a informação era transmitida através de relações interpessoais. Em seguida, com a evolução da escrita, o ser humano passou a não depender apenas da memória e começou a fazer registros dos acontecimentos. Segundo Kenski (2007, p. 31), “como tecnologia auxiliar ao pensamento, a escrita possibilita ao homem a exposição de suas ideias, deixando-o mais livre para ampliar a sua capacidade de reflexão e apreensão da realidade”. No entanto surge a figura do leitor, trazendo consigo especificidades no que se refere ao processo de leitura.

Posterior à escrita surge a linguagem digital, marcada pela era das tecnologias, na qual o rádio, a televisão e mais recentemente, os computadores e os digitais móveis estimulam o desenvolvimento da oralidade em uma esfera de dependência da escrita. Assim, vale ressaltar que por meio dos computadores possibilitou-se o encadeamento de diferentes linguagens em um único suporte. Como corrobora Kenski, a linguagem digital é considerada como:

uma linguagem de síntese, que engloba aspectos da oralidade e da escrita em novos contextos [...] rompe com as formas narrativas circulares e repetidas da oralidade e com o encaminhamento contínuo e sequencial da escrita e se apresenta como um fenômeno descontínuo, fragmentado e, ao mesmo tempo, dinâmico, aberto e veloz. Deixa de lado a estrutura serial e hierárquica na articulação dos conhecimentos e se abre para o estabelecimento de novas relações entre conteúdos, espaços, tempo e pessoas diferentes (2007, p. 31).



Segundo Manovich, as novas mídias são combinações das antigas convenções culturais em que “os velhos dados são representações da realidade visual e da experiência humana, isto é, imagens, narrativas, baseadas em textos audiovisuais – o que normalmente compreendemos como cultura. Os novos dados são dados digitais”. (MANOVICH, 2005, p. 36).

De acordo com Jenkins, as novas e as velhas mídias atualmente entram em rota de colisão, ou seja, elas se misturam e se retroalimentam. Para ele, a convergência está relacionada ao "fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam." (JENKINS, 2009, p. 29) Seguindo a mesma premissa, Santaella afirma que:

Através da digitalização e da compressão de dados que ela permite, todas as mídias podem ser traduzidas, manipuladas, armazenadas, reproduzidas e distribuídas digitalmente produzindo o fenômeno que vem sendo chamado de convergência de mídias. Fenômeno ainda mais impressionante surge da explosão no processo de distribuição e difusão da informação impulsionada pela ligação da informática com as telecomunicações que redundou nas redes de transmissão, acesso e troca de informações que hoje conectam todo o globo na constituição de novas formas de socialização e da cultura que vem sendo chamada de cultura digital ou cibercultura (SANTAELLA, 2004, p. 60).

Assim, esta mudança permite uma nova forma de produção cultural, onde as funções de consumidor e produtor se entrecruzam.

Parte das experiências cotidianas fluem através de aparelhos tecnológicos que rompem as barreiras físicas e conectam o mundo através da rede. No entanto, através dos digitais móveis o trabalho é executado, estabelece comunicação, interage e é usado como meio de entretenimento, como afirmar Simon Bond “nós estamos entretidos por eles, informamos por eles, somos desafiados por eles, ligados por eles, nós vê-los, escrever sobre eles, trabalhar com eles e jogar com eles" (2011, p.4, tradução nossa).



Este novo contexto comunicacional em que as relações entre os usuários acontecem virtualmente por meio dos dispositivos permitem uma ausência física e o contato pode ser estabelecido à distância. Assim, através de um dispositivo, como corrobora Lipovetsky e Serroy (2010) a realidade se transforma em ficção, a “rede ecrânica transformou os nossos modos de vida, a nossa relação com a informação”. Neste novo ambiente não se pode distinguir entre o fim do homem e o início da máquina como relata Marshall McLunhan.

Os meios, como extensões dos sentidos do homem, estabelecem novos índices relacionais, não apenas entre os nossos sentidos particulares, como também entre si, na medida em que se inter-relacionam. O encontro de dois meios (o híbrido) constitui um momento de verdade e revelação, do qual nasce a forma nova (MCLUNHAN, 2001, pp.67 – 75).

Os dispositivos móveis atuais fazem parte frequentemente do cotidiano das pessoas, “elas nos cercam - eles estão em nossas mesas, no nosso colo, em nossos bolsos” (BOND, 2011, p.4, tradução nossa). Estes dispositivos são os: *tablets*, *telemóveis* (smartphone) e computador. As pessoas estão tão ligadas aos dispositivos que “cada tela tem suas próprias características e seu próprio relacionamento com o consumidor” (BOND, 2011, p.8, tradução nossa).

Na linguagem contemporânea Entretanto, os receptores passivos passam agora a serem emissores ativos na *web*, transformando-se em criadores de conteúdo. A cultura participativa é um termo geralmente usado para descrever a aparente ligação entre tecnologias digitais mais acessíveis, conteúdo gerado por usuários e algum tipo de alteração nas relações de poder entre os segmentos de mercado da mídia e seus consumidores.

2.1 Youtube e Podcast: interfaces da linguagem da mídia contemporânea

Considerado como um sítio de cultura participativa, o Youtube apresenta a oportunidade de confrontar alguns dos maiores problemas desta forma de cultura: a disparidade de participação e expressão; tensões aparentes entre interesses comerciais e o bem comum e contestação da ética e das normas sociais que ocorre quando sistemas de crenças, interesses e diferenças culturais entram em conflito. Por permitir que qualquer



pessoa compartilhe conteúdo, o Youtube utiliza-se daquilo que Burgess e Green caracteriza como a cultura da convergência, onde pessoas de diferentes áreas (tecnologia, entretenimento, artistas, educadores, fãs, etc) podem trocar e construir uma cultura participativa do mundo. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 9)

Hoje, o Youtube permite a qualquer pessoa que possua acesso à internet e tenha uma câmera se tornar um produtor ou distribuidor de conteúdo. Além disso, a possibilidade de interferência nos materiais divulgados no sítio é grande. Embora o sítio não permita o *download* dos vídeos, existem diversos programas que possibilita ao usuário descarregar o vídeo e, a partir de outros *softwares*, criarem novos conteúdos com base em outros. Assim, a convergência modifica o modo que encaramos nossa relação com a mídia.

Nesse contexto, os fãs de produtos de mídias tradicionais acabam recriando o conteúdo de suas séries, músicas, personagens, etc. As mídias corporativas reconhecem o valor e a ameaça desta atitude. Jenkins afirma que os "produtores e anunciantes falam hoje das *lovermarks*⁵ reconhecendo a importância da participação do público em conteúdos de mídia." (JENKINS, 2009, p. 235) Com isto, os consumidores estão usando a internet para se envolverem com o que admiram, pois a entendem como um espaço democrático e de ações coletivas.

Apesar de ser ter sido criado para o compartilhamento de conteúdo, o *sítio* não possui recursos para priorizar as relações entre os usuários. Uma das alternativas utilizadas pelos usuários para aumentar a interação são os *vlogs* que se constroem com base na relação entre autores e receptores. Dornelles enfatiza que "além do caráter autobiográfico, os *vlogs* possuem outras características a serem ressaltadas. Uma delas é a de denúncia social, crítica ideológica e crônica do cotidiano" (DORNELLES, 2015, p. 9). Por isso, esta nova forma de interação tem permitido uma elevação no número de denúncias sociais e debates sobre temas antes não tão explorados, o que contribui para a construção do conhecimento.

⁵ Marcas carismáticas que as pessoas se sentem emocionalmente ligadas.



Os *links* clicáveis na tela dos usuários e a introdução de comentários durante a exibição dos vídeos também foram soluções encontradas para ampliar a socialização de conteúdo.

Outra interface que faz parte da linguagem da mídia contemporânea é o Podcast, considerado como um conteúdo de mídia, geralmente áudio, transmitido através de *feed* RSS por meio de assinatura. Anterior ao ano de sua criação, em 2004, não era novidade a distribuição de arquivos com programas de áudio na Internet. Porém o ouvinte interessado precisava, a cada novo episódio, acessar o sítio que o hospedava, fazer o *download* do arquivo para seu computador e então executá-lo.

Um método que garantia a possibilidade de se fazer *download* automaticamente era a utilização de agregadores, uma tecnologia que na época já era empregada para blogs, chamada de *Really Simple Syndication*⁶ (RSS). Os usuários que cadastram o *feed*⁷ de seus blogs preferidos recebiam cada novo conteúdo automaticamente. Dave Winer⁸ contribuiu na criação do software nessa função, para que o jornalista Christopher Lydon⁹ disponibilizasse uma série de entrevistas na internet.

⁶ RSS (ReallySimpleSyndication) é um padrão desenvolvido em linguagem XML que permite aos responsáveis por sites e blogs divulgarem notícias ou novas postagens destes. Para o caso, o link e o texto de divulgação do podcast é armazenado em um arquivo de extensão .xml, .rss ou .rdf. Disponível em: <<https://www.rss.com/>>. Acesso em: 11 maio 2015.

⁷ O arquivo gerado pela RSS é conhecido como feed ou feed RSS. O usuário interessado em obter as novidades do cibermeio deve incluir o link do feed deste em um programa ou serviço leitor de RSS (também chamado de agregador). Este software (ou serviço, se for um site) tem a função de ler o conteúdo dos feeds que indexa e mostrá-lo em sua interface. O software precursor do podcast e citado no presente trabalho é o iTunes, mas existe outros com a mesma funcionalidade. Disponível em: <<https://www.rss.com/>>. Acesso em: 11 maio 2015.

⁸ Dave Winer foi o primeiro desenvolvedor do software de blogging, RSS e podcasting, outliners, web CMS. Disponível em: <http://davewiner.com/>. Acesso em: 11 maio 2015.

⁹ Christopher Lydon é creditado pela criação do primeiro podcast já registrado em julho de 2003. Disponível em: <http://news.harvard.edu/gazette/story/2011/10/the-podcast-revolution/>. Acesso em: 11 maio 2015.



Já Adam Curry, conhecido como “podfather”, desenvolveu uma forma de transferir o áudio através do RSS para o agregador iTunes¹⁰, que a partir de então foi disponibilizada para que outros programadores utilizassem livremente. Mas a palavra Podcast, segundo Vanassi (2007), foi citada pela primeira vez em 12 de fevereiro de 2004 em um artigo de autoria do jornalista Bem Hammersley, no jornal britânico *The Guardian*. Surgiu da junção do prefixo “pod”, oriundo do termo iPod (aparelho de reprodução de mídias digitais da Apple) e o sufixo “cast” da palavra inglesa *broadcast*, que significa transmissão pública e massiva de informações (VANASSI, 2007, p.52).

Tratando de uma mídia sonora, a percepção estética de um Podcast influencia diretamente no interesse pela informação transmitida. Abraham Moles (1978), criador da Teoria da Informação e Percepção Estética, ao estudar as relações entre cultura e comunicação na cibercultura, busca compreender as características da estrutura de múltiplas mensagens, inclusive a sonora. Assim, a partir do pensamento deste teórico, que a informação pode ser semântica e estática, tem-se subsídios para compreender tal conteúdo de mídia, o Podcast.

Para Moles (1978), o ponto de vista semântico da informação é lógico, estruturado, enunciável, traduzível. Já o ponto de vista estético é intraduzível, preparando estados. Logo, a informação semântica será a mensagem normalizada, com fonemas normalizados, de repertório e dicionário vocal fonéticos, com frases modelos. E a mensagem estética, por sua vez, é movida pela escolha preferencial de cada ouvinte/receptor, depende do meio, e da característica do contato dos indivíduos com esse meio.

O tradicional conceito de objeto estético é modificado quando se trata de uma nova mídia, neste novo pensamento contemporâneo. Como nova mídia em fonte de informação e de conhecimento, o Podcast pode ser tratado, recuperado, armazenado e disseminado

¹⁰ iTunes é um reprodutor de áudio e vídeo desenvolvido pela Apple, que possibilita a reprodução, organização dessas mídias, arquivos e ainda a compra de arquivos de mídia nos formatos que o mesmo suporta, através da iTunes Store. Disponível em: <https://www.apple.com/br/itunes/>. Acesso em: 11 maio 2015.



como informação estética. Entretanto, Lev Manovich esclarece que “a nova mídia é definida por outros conceitos como, processo, prática, através da fortaleza do conceito tradicional em nossa imaginação cultural” (2005, p. 222, tradução nossa). Ou seja, há a conservação do conceito tradicional no entendimento da mensagem sonora embora a mensagem seja interativa, dinâmica e distribuída, ela continua sendo um objeto finito no entendimento de cada receptor.

Segundo Moles (1978, p.189) “o indivíduo humano procura uma originalidade estética que transcende a reunião dos símbolos palavras, para criar uma ação”. Sendo o Podcast uma mídia da cibercultura em formato de áudio, ou até vídeo e distribuído através de assinatura via feed RSS, faz-se necessário que a mensagem transmitida por ele tenha menos que uma informação lógica para atingir o destinatário. O autor acrescenta, “o valor da informação está ligado ao inesperado, ao imprevisível, ao original” (MOLES, 1978, p.36).

As programações produzidas de um Podcast só ganham vida através da internet, essa é a principal característica que o diferencia das rádios convencionais. E além das constitutivas estéticas na estrutura das mensagens dessa mídia um dos pontos mais interessantes é exatamente o tempo em que a informação é transmitida. Essa possibilidade permitida na cibercultura favorece a recepção adaptar-se ao horário da audiência, “no novo sistema, o horário nobre é o meu horário” (CASTELLS, 1999, p.457). Havendo também uma estratificação de usuários como aqueles capazes de selecionar seus circuitos institucionais de comunicação.

O poder unificador cultural massas [...] agora é substituído por uma diferenciação socialmente estratificada, levando à coexistência de uma cultura da mídia de massa personalizada com uma rede de comunicação eletrônica interativa de comunidades auto-selecionadas (CASTELLS, 1999, p. 458).

Na auto-seleção de conteúdo de mídia, predominada com o advento dos dispositivos móveis, o tempo e o espaço deixa de interferir. O tempo, agora não mais linear, é construído pela audiência de forma individual e personalizada. O princípio da automação,



um dos citados por Manovich (2005) na definição das novas mídias, revela essa realidade, que é possível graças à natureza numérica e à modularidade das novas mídias.

Todavia, é pela automação que Manovich (2005, p.81) contribui lembrando que a “sociedade moderna que começou no século XIX, desenvolveu tecnologias midiáticas que automatizaram a criação através de câmeras de fotos, aparelhos de reprodução”, permitindo o acúmulo de muitas mídias, fotográficas, sonoras, fílmicas. Logo, causadora da oportunidade de transformar programas de rádio com a autonomia de “pará-lo” quando convier, pois as transmissões se encontram disponíveis na *web* 24 horas, e ainda podem ser transportadas para diversas mídias.

Enfim, “o surgimento dos novos meios coincidem com essa segunda etapa da sociedade midiática, que agora se preocupam tanto em acessar os objetos midiáticos que já existem, como para criar outros novos” (MANOVICH, 2005, p.82). Em outras palavras a convergência midiática possibilita a participação e interação dos usuários, que estão sempre interessados em consumir os produtos tecnológicos.

3 Análise

Criado pelo publicitário Carlos Merigo, o Brainstorm9 é um veículo online brasileiro que traz conteúdo sobre criatividade e inspiração na publicidade, *social media*, *internet*, negócios e comunicação digital (BRAINSTORM9, 2015). Atualmente, o sítio possui quatorze seções de notícias, além de uma seção de artigos, seis canais de Podcasts e uma de vídeos. A tabela 1 demonstra o conteúdo produzido pelo sítio no período de abril de 2015.

Tabela 1: Conteúdo produzido pelo cibermeio Brainstorm9 em abril de 2015.

Conteúdo	Quantidade	%
Artigos	4	2,1
Notícia/Reportagem	159	85,5
Podcasts (canais “Braincast”, “Anticast”, “Mamilos”, “Mupoca”, “Spoilers Talk Show” e “Zing”)	19	10,3



Vídeos (canal "Qual é a boa?")	4	2,1
TOTAL	186	100

No total, foram 186 matérias divulgadas, divididas em quatro categorias: artigos, notícias/reportagens, Podcasts e vídeos. Como observado, a maior produção de conteúdo do sítio engloba notícias e reportagens, com 85,5%. Os canais de Podcasts são responsáveis por 10,3% do conteúdo, seguido de vídeos do canal "Qual é a boa?" e artigos, ambos com 2,1% cada.

No que se refere à interface do Youtube, o cibermeio utiliza de replicações de vídeos que não são de produção própria, e, também insere produções de sua autoria. O primeiro caso engloba vídeos de *cases* produzidos por agências de publicidade, *trailers* de filmes, propagandas inovadoras, vídeos de apresentação de novidades tecnológicas, *making off* de produções audiovisuais, dentre outros. Com relação ao conteúdo produzido, o sítio possui um canal chamado "Qual é a boa?", com postagens semanais.

Na utilização como replicador, o uso do Youtube não é exclusivo, já que quem define onde o vídeo será postado são seus produtores. A tabela 2 apresenta a incidência de utilização das diferentes interfaces de vídeo em matérias divulgadas no sítio durante o período de abril de 2015. A análise levou em consideração as notícias e artigos, desconsiderando as seções de Podcast e vídeos produzidos, que serão analisadas posteriormente.

Tabela 2: Interfaces de vídeos utilizados em matérias e artigos divulgados pelo cibermeio Brainstorm9 no período de abril de 2015.

Interface	Quantidade de Matérias	%
Youtube	94	57,7
Vimeo	15	9,2
Dailymotion	1	0,6
Outros	3	1,8
Matérias que não utilizaram recurso de vídeo	50	30,7



Como evidenciado pela tabela, o Youtube é o mais utilizado nas matérias, seguido do concorrente *Vimeo*¹¹, com 9,2%, e *Dailymotion*¹² com 0,6%. O conteúdo publicado por outros cibermeios aparecem em 1,8% das notícias.

A produção de vídeos do Brainstorm9 é realizada através do canal “Qual é a boa?”. O vídeo é resultado da edição do bloco do programa de Podcast do canal *Braincast*, também produzido pelo sítio. O “Qual é a boa?” engloba dicas de novidades no mundo dos jogos, livros, séries e filmes comentados por um grupo de pessoas que apresentam seus posicionamentos sobre os materiais abordados.

A versão do programa em vídeo possui recursos de edição, onde são inseridos imagens e vídeos sobre o assunto abordado. Esta manipulação de conteúdo permite ao sítio demonstrar uma nova forma de interpretação do conteúdo do Podcast através da transcodificação do material original. De acordo com Manovich, a transcodificação é uma das características da linguagem das novas mídias, onde a estrutura das novas mídias, por serem códigos manipuláveis, “obedecem agora as convenções de dados estabelecidas por um computador” (2005, p. 92, tradução nossa). Assim, os conteúdos desta nova mídia podem ser transformados em outras formas de linguagem através das modificações de seus códigos.

Esta variabilidade do conteúdo só é permitida devido a modularidade dos elementos midiáticos, que admite a fragmentação dos elementos de forma independente e possibilita a sua reestruturação em novos formatos. Manovich continua, afirmando que o princípio da variabilidade “[...] torna possível separar o nível de conteúdo da interface. Se pode criar distintas interfaces a partir dos mesmos dados. Um objeto dos novos meios pode ser definido como uma ou mais interfaces a partir de uma base de dados multimídia”. Logo, as novas

¹¹ Site de compartilhamento de vídeo no qual os usuários podem fazer upload, partilhar e ver vídeos. Disponível em: <<http://vimeo.com/>>

¹² Site que disponibiliza vídeos dos mais variados conteúdos aos seus usuários. Disponível em <<http://www.dailymotion.com/br>>



mídias permitem a convergência midiática, produzindo uma pluralidade de interpretações de um mesmo conteúdo.

A partir da interface Podcast, o cibermeio Brainstorm9 utiliza a ferramenta de conteúdo de mídia para atender de forma diferente as necessidades dos usuários apropriando-se da disponibilidade e acesso desse conteúdo atemporal. O Podcast está no segundo lugar entre os conteúdos de mídia mais produzidos pelo sítio, que representa 10,3% de todo conteúdo produzido pelo sítio em Abril do ano de 2015. O material pode ser ouvido em diversos dispositivos móveis que aceitem o formato, que em sua maioria utiliza-se o formato MP3 de áudio digital ou através da subscrição no *feed*.

São seis os programas disponíveis na aba Podcast do cibermeio: Braincast, Anticast, Mamilos, Zing! e *Spoilers Talk Show*. Três destes programas têm produções semanais, dois deles tem uma publicação mensal, e o último tem três produções em intervalos aleatórios.

O canal Braincast no cibermeio também é oferecido em formato de vídeo, porém, a produção refere-se a um dos blocos do episódio do programa, denominado “Qual é a boa?”. O tempo de início dos blocos do programa são apresentados em formato de texto, indicando a localidade do bloco dentro do Podcast. Assim, o usuário pode avançar no tempo para ouvir bloco de seu interesse.

Esse formato de produção em blocos é modificado conforme a temática e o tipo de produção de cada sessão. Nas tabelas seguintes estão às produções de cada sessão feitas no mês de abril do ano de 2015. Através da quantificação dos mesmos e ainda com a descrição das principais características, pode-se definir a identidade temática e a frequência de cada conteúdo de mídia por meio dos episódios.

Tabela 3: Conteúdo produzido pela sessão de Podcast, Braincast em abril de 2015.

Número e nome do Podcast	Data da publicação
#142. Aprendizados do SxSW 2015	01/04/15
#143. A Batalha do Streaming de Música	07/04/15
#144. Games: a crise da Nova Geração	14/04/15
#145. Carreira: Dinheiro vs. Diversão	21/04/15
#146. O impacto da internet no jornalismo	28/04/15



Braincast¹³ - No conteúdo de mídia do cibermeio, houve cinco programas durante o mês de abril. O tema abordado pelos episódios desse programa são criatividade, e entretenimento e comunicação. Os episódios são semanais, toda terça-feira, salvo o dia 01/04/2015, uma exceção justificada na programação. Os produtores são Carlos Merigo, Guga Mafra, Luiz Yassuda, Alexandre Maron e Cris Dias.

Tabela 4: Conteúdo produzido pela sessão de Podcast, Anticast em abril de 2015.

Número e nome do Podcast	Data da publicação
#176. Autor e Autoria	02/04/15
#177. A Época de Ouro do <i>Hardcore</i> Nacional 2	09/04/15
#178. A Polêmica do Hugo Awards	16/04/15
#179. Nós amamos Podcasts	23/04/15
#180. O Mal Existe?	30/04/15

O primeiro Anticast¹⁴ do cibermeio enquanto portal foi em 3 de fevereiro de 2011. Seus episódios também são semanais, toda quinta-feira, havendo um total de 5 produções no mês da pesquisa. O tema tratado por Ivan Mizanzuk, Rafael Ancara e Marcos Beccari nos episódios é sobre “a visão do designer sobre o mundo”.

Tabela 5: Conteúdo produzido pela sessão de Podcast, Mamilos em abril de 2015.

Número e nome do Podcast	Data da publicação
#19. Redução da Maioridade Penal, Leila Diniz, Racismo e corrente do bem	03/04/15
#20. Educação, Terceirização, Selfie de prostituta, Revenge Porn	10/04/15
#21. Nudez, Hillary Clinton, Padre contra a homofobia e Dubsmash	17/04/15
#22. Imigração, fundo partidário, robôs e perfeita polêmica	24/04/15

¹³ Disponível em: <http://www.b9.com.br/Podcasts/braincast/>. Acesso em: 11 maio 2015.

¹⁴ Disponível em: <http://www.b9.com.br/Podcasts/anticast/>. Acesso em: 11 maio 2015.



Mamilos¹⁵ é um programa comandado por duas mulheres Juliana Wallauer e Cris Bartis e trata de assuntos polêmicos e atuais. A temática é sobre memes, *trending topics* e polêmicas que circularam a internet durante a semana, pois são produzidos toda sexta-feira. Durante o período de análise, foram quatro os episódios contemplando todas as sextas da semana. Nos episódios geralmente se encontram os blocos “Fala que eu te escuto”, “*Trending Topics*” e “Teta da Semana”.

Tabela 6: Conteúdo produzido pela sessão de Podcast, Zing! em abril de 2015.

Número e nome do Podcast	Data da publicação
#9. Os <i>Superstars</i> dos quais você nunca ouviu falar	09/04/15
#10 (part.1). O que <i>Transparent</i> Ensina	13/04/15
#10 (part.2). O que <i>Transparent</i> Ensina	20/04/15

Com poucos meses de episódios, estreado em 9 de fevereiro de 2015, o programa Zing!¹⁶ carrega o tema “Conversas profundas sobre assuntos (aparentemente) banais” por Alexandre Maron e Luciana Obniski. Já são onze publicações deste então, sendo três delas no mês de abril.

Tabela 7: Conteúdo produzido pela sessão de Podcast, *Spoilers Talk Show* em abril de 2015

Número e nome do Podcast	Data da publicação
#5. Das HQs para a TV	16/04/15

*Spoilers Talk Show*¹⁷, outro novo Podcast no cibermeio, estreou em 4 de fevereiro de 2015, e, até o presente estudo, teve oito produções. O canal trata sobre a cultura pop, seriados, televisão e entretenimento. Os responsáveis por esse programa são Chris Dierkes,

¹⁵ Disponível em: <http://www.b9.com.br/Podcasts/mupoca/>. Acesso em: 11 maio 2015.

¹⁶ Disponível em: <http://www.b9.com.br/Podcasts/zing/>. Acesso em: 11 maio 2015.

¹⁷ Disponível em: <http://www.b9.com.br/Podcasts/spoilers/>. Acesso em: 11 maio 2015.



Denis Pacheco, Leticia Arcoverde e Sylvia Ferrari e apenas um episódio foi produzido no mês de abril.

Tabela 8: Conteúdo produzido pela sessão de Podcast, Mupoca em abril de 2015.

Mupoca	
Número e nome do Podcast	Data da publicação
#22 – Guia completo para o fracasso	16/04/15

O Mupoca¹⁸ teve seu primeiro programa registrado no dia 12 de maio 2014, Mupoca #001 – Mercado cinza. Desde então, Luiz Yassuda, Gabriel Prado e Tales Cione produzem episódios com temas diversos, sem definição característica como os demais. No mês de Abril apenas um foi registrado.

Fica evidente o investimento e a preocupação com a originalidade e atualidade do cibermeio com essa nova mídia. A diversidade de sessões e temas, o cronograma proposto por cada uma, e ainda as recentes criações de Podcasts, certificam a ascensão desse conteúdo de mídia que se consolidou faz parte do crescimento do sítio. A interação do público e a participação no conteúdo propõe uma nova possibilidade de identificar o perfil dos consumidores dessa linguagem da mídia contemporânea.

Com relação ao acesso através de dispositivos móveis, o cibermeio Brainstorm9 apresenta um layout diferenciado, que se adapta automaticamente ao formato. No entanto, trata-se de uma sítio responsivel, que atende o comando de determinando aparelho correspondendo ao tamanho de sua tela. Por fim, o Brainstorm9 pode ser visualizado em qualquer dispositivo móvel que tenha acesso à internet, o que favorece a interação e propagação de informação disponível no sítio.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

¹⁸ Disponível em: <http://www.b9.com.br/podcasts/zing/>. Acesso em: 11 maio 2015



A fusão das tecnologias digitais com os meios de comunicação favoreceu à convergência midiática, uma realidade de comutação das múltiplas plataformas e dos produtores de conteúdo integrados no ambiente virtual, a Internet. O surgimento dos cibermeios e o tratamento que os mesmos estão recebendo são parte dessa mudança cultural, onde consumidores e produtores se entrecruzam.

A busca por informação e por entretenimento instigam a cooperação entre múltiplos mercados da mídia, pois os públicos cada vez exigem mais originalidade, mobilidade e distribuição dos sites. O cibermeio Brainstorm9, referência nacional na produção e divulgação de conteúdos da comunicação e negócios digitais, está inserido neste novo formato de se produzir informação. Com uma estratégia estética bem definida, investimentos em um maior número de linguagens e interfaces, o site promove a junção das tecnologias digitais com os meios de comunicação, ou seja, amplia possibilidades de transmissão, promove a interatividade e, através do retorno dos usuários, se adapta e constrói novas formas de conteúdo.

Ao utilizar a interface Youtube, em produções próprias ou não, contempla-se todos os benefícios que o material audiovisual possui juntamente com a possibilidade de compartilhamento. Além disso, a interface permite que o conteúdo apresentado seja demonstrado de outra maneira, com um novo formato, o que contribui para a compreensão da informação ali abordada. Esta convergência midiática permite uma pluralidade de pontos de vista que beneficiam o entendimento do assunto de uma maneira mais ampla.

Sendo o Podcast o segundo conteúdo de mídia mais produzido durante o mês analisado, fica evidente através da diversidade de sessões e temas, a preocupação em atender os diferentes usuários e suas necessidades de disponibilidade e acesso. As características de atemporalidade na reprodução dos episódios, na originalidade das linguagens e o valor da informação através do inesperado, se tratando do áudio, estimulam o interesse do acompanhamento contínuo dos conteúdos. Através das subscrições no *feed*, existe a fidelidade do receptor com o meio, a contribuição do mesmo no conteúdo e ainda,



no crescente surgimento de adeptos, a conseqüente necessidade de novas sessões para satisfazê-los.

O acesso ao cibermeio através dos dispositivos móveis é permitido, pois o Brainstorm9 é classificado como um sítio responsivo, na qual disponibiliza um layout específico para as telas dos aparelhos móveis. No entanto, o acesso ao sítio se torna mais amplo devida a sua possibilidade em múltiplas plataformas, favorecendo uma maior interação e participação dos usuários.

Por fim, o que se observa é que o sítio objeto desta pesquisa apresenta várias interfaces da linguagem da mídia contemporânea. Assim, a facilidade no acesso ao sítio somados à diversidade de linguagens e, também, à possibilidade de interação com o conteúdo potencializam a comunicação de forma a apresentar ao usuário um novo olhar sobre aquilo que lhe é proposto e, assim, desenvolver novas rotas de reflexão.

REFERÊNCIAS

- BOND, Simon. *Meet the screens*. New York: BBDO and Proximity Worldwide, 2011.
- BURGUESS, Jean, GREEN, Joshua. *YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa está transformando a mídia e a sociedade*. São Paulo: Aleph, 2009.
- CASTELLS, Manuel. *A Sociedade em Rede - a era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- COCHRANE, Todd. *Podcasting: o Guia do-it -yourself*. Estados Unidos: Wiley, 2005.
- DORNELLES, Juliano Paes. *O Fenômeno vlog no Youtube: Análise de conteúdo de vloggers brasileiros de sucesso*. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Faculdade de Comunicação Social, Pós-Graduação em Comunicação Social. PUCRS. Porto Alegre, 2015.
- JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009
- LIPOVETSKY, Gilles e SERROY, Jean. *O Ecrã Global*. Lisboa: Edições 70, 2010.
- MANOVICH, Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona: Paidós Ibérica, 2005.
- MCLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensão do homem*. Trad. Décio Pignatari. São Paulo: Cultrix, 2011.
- MOLES, Abraham. *Teoria da Informação e Percepção Estética*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.
- RICHARDSON, Roberto Jarry. *Pesquisa social: métodos e técnicas*. São Paulo: Atlas, 1989.



SANTAELLA, Lúcia. **Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias a Cibercultura**. 2ª Ed. São Paulo: Paulus, 2004. WOLTON, D. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

VANASSI, Gustavo Cardoso. **Podcasting como processo midiático interativo**. Universidade Federal de Caxias do Sul, 2007.