

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE VIÇOSA**

**AMANDA VELOSO BITTENCOURT SANTOS**

**EM RITMO DE FÃ: Explorando a Vivência Individual na Música**  
por meio de um *Podcast*

**VIÇOSA - MINAS GERAIS**  
**2023**

**AMANDA VELOSO BITTENCOURT SANTOS**

**EM RITMO DE FÃ: Explorando a Vivência Individual na Música  
por meio de um *Podcast***

Memorial apresentado ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dra. Isaura Mourão Generoso

VIÇOSA - MG  
2023

**AMANDA VELOSO BITTENCOURT SANTOS**

**EM RITMO DE FÃ: Explorando a Vivência Individual na Música  
por meio de um *Podcast***

Memorial apresentado ao Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof. Dra. Isaura Mourão Generoso

APROVADA: 11 de julho de 2023.

---

**Dr. Henrique Moreira Mazetti**  
(UFV)

---

**Dra. Mariana Ramalho Procópio Xavier**  
(UFV)

---

**Dra. Isaura Mourão Generoso**  
(Orientadora)  
(UFV)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço, primeiramente, à minha mãe Karla Veloso, por seu amor incondicional e por sempre sonhar comigo. Pelo apoio nos momentos de indecisão, encorajamento nos momentos de dificuldade e que, mesmo longe, se fez presente todos os dias.

Agradeço a minha avó Irene Veloso por sempre me apoiar e ter cuidado de mim, do Dom e da Charlotte, com todo amor do mundo. Que sempre intercedeu pela sua fé.

Agradeço ao meu avô Augusto Carlos que, no início da faculdade, possibilitou a minha vinda à Viçosa e sempre me amparou com sua sabedoria.

Aos meus amigos Estela Maris Antunes e João Pedro Mageste, que encontro lindo foi conhecer vocês logo nos primeiros meses de faculdade. Nossa caminhada, por muitas vezes, foi feita de momentos difíceis, mas obrigada por dividirem o peso de fazer uma graduação a quilômetros de casa. E que os momentos de felicidade também sejam lembrados e celebrados, pois foram muitos. E durante o processo de escrita e produção deste TCC, obrigada por terem sido meu ombro amigo, escutado e analisado infinitas vezes junto comigo o que estava sendo feito.

À minha namorada Clarice Sodré, por ter feito todo o processo ser mais leve. Por ter me ajudado inúmeras vezes me acalmando, apoiando e por estar fisicamente presente em muitos momentos. Obrigada pelo companheirismo.

Aos meus filhos de quatro patas, Aurora, Dorothy, Margo, Charlotte e Dom. Eu agradeço a reciprocidade do amor e do carinho que temos. Vocês muitas vezes foram minhas inspirações.

E agradeço a Deus, que me deu todas essas pessoas, me capacitou e abriu os caminhos para que eu pudesse percorrer esses cinco anos de graduação.

Amo todos vocês incondicionalmente.

Registro também meu carinho, agradecimento e reconhecimento pelo trabalho e apoio da minha orientadora Profa. Dra. Isaura Mourão Generoso.

## RESUMO

Este trabalho buscou examinar o potencial comunicativo do *podcast* nos dias de hoje, em especial a influência dos *podcast* de música e o impacto deles na relação dos fãs com os artistas. Também propôs a criação e o desenvolvimento de um *podcast* piloto sobre música e fãs, denominado *Em Ritmo de Fã*, contando as histórias de dois fãs e a vivência pessoal deles com seus ídolos. A divulgação e distribuição dos conteúdos de áudio foram feitas pela internet, nas plataformas do *Youtube* e *Spotify*.

**Palavras-chave:** *Podcast*; Comunicação; Música

## ABSTRACT

*This work sought to examine the communicative potential of the podcast nowadays, in particular the influence of music podcasts and their impact on the relationship between fans and artists. It also proposed the creation and development of a pilot podcast about music and fans, called Em Ritmo de Fã, telling the stories of two fans and their personal experience with their idols. The dissemination and distribution of audio content was carried out over the internet, on the platforms of Youtube and Spotify.*

**Keywords:** *Podcast. Communication. Music*

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO .....</b>	<b>07</b>
<b>2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>10</b>
<b>2.1. O <i>Podcast</i> .....</b>	<b>10</b>
<b>2.2. O <i>Podcast</i> e o Jornalismo .....</b>	<b>11</b>
<b>2.3 O <i>Podcast</i> e a Música .....</b>	<b>13</b>
<b>3. RELATÓRIO TÉCNICO.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1. A Proposta do <i>Podcast</i>.....</b>	<b>15</b>
<b>3.2. Pré-Produção.....</b>	<b>16</b>
<b>3.3. Produção.....</b>	<b>17</b>
<b>3.4. Finalização.....</b>	<b>18</b>
<b>4. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>20</b>
<b>5. REFERENCIAL .....</b>	<b>21</b>
<b>6. ANEXOS .....</b>	<b>23</b>
<b>6.1 ANEXO A -Termo de Autorização de Uso de Imagem .....</b>	<b>23</b>
<b>6.2 ANEXO B - Roteiro do <i>Podcast</i>.....</b>	<b>25</b>

## 1- INTRODUÇÃO

O *podcast* é uma mídia que surgiu entre os anos 1999 e 2000 nos Estados Unidos com a popularização da internet e se consolidou como uma forma de comunicação acessível e democrática. Essa forma de mídia digital tem como premissa a possibilidade de transmitir informações e conteúdos de entretenimento em áudio, de forma independente e personalizada. Segundo Vanassi (2015, p. 51), como processo midiático, o *podcasting* é muito recente e ainda “está se popularizando e se estabelecendo junto aos usuários como uma alternativa interessante para difusão de conteúdos sonoros”. A principal característica do *podcasting*, segundo Luiz e Assis (2010, p. 3) “é sua forma de distribuição direta e atemporal” que o “diferencia dos programas de rádio tradicionais e até de áudio blogs e similares”.

A criação do *podcasting*, como o conhecemos hoje, se deu quando Dave Winer e Adam Curry desenvolveram a técnica de distribuição de arquivos de áudio pela internet, utilizando a tecnologia RSS (*Really Simple Syndication*). De acordo com Medeiros (2015), “o RSS é um formato de distribuição de conteúdo que permite aos usuários de internet se inscreverem em sites que fornecem *feeds RSS*”. De acordo com o autor (2015) “esses *feeds* são, geralmente, usados por sites que desejam compartilhar informações frequentemente atualizadas, como notícias, podcasts ou blogs”. Castro (2005) explica que “com o uso do RSS, os usuários podem receber automaticamente os novos episódios de um podcast em seus dispositivos eletrônicos, sem a necessidade de acessar o site do programa”. Isso contribuiu com a disseminação do conteúdo e permitiu que os ouvintes acompanhassem seus programas favoritos de forma mais prática. Melo (2019, p.36) explica que “Curry buscou uma forma de oferecer ao público uma transmissão de áudio diferenciada, com programas personalizados e a possibilidade de os ouvintes escolherem o que e quando queriam receber determinado conteúdo”.

Desde então, começou-se a explorar as características do formato *podcasting* para permitir a publicação de programas e a distribuição de conteúdo por meio de plataformas, tal como a *Ipodder* em 2004, ganhando ainda mais destaque quando a *Apple* incluiu no *Itunes*, em 2005, a funcionalidade de assinatura de *podcasts* e tornou-se uma das primeiras empresas de tecnologia a promover o uso dessa nova ferramenta tanto para o entretenimento quanto para a educação. Segundo Medeiros (2015) o sucesso do acesso ao conteúdo gerou muita atenção da mídia e o *podcast* se tornou um

tema em discussão na mídia tradicional.

Características como a facilidade de produção do *podcast*, que não demanda conhecimentos técnicos avançados ou investimentos altos, segundo Vanassi (2007), tornam a mídia acessível a praticamente qualquer pessoa bastando, para isso, um computador, um *smartphone* e o acesso à internet, fatores que contribuem para sua consolidação.

Dessa forma, a popularização do *podcast* na última década permitiu que pessoas comuns pudessem criar seus próprios programas, sem grandes investimentos financeiros, gerando, também, novas possibilidades para discussões sobre temas diversos e de interesse de diferentes públicos e classes sociais. Segundo Vanassi (2007) a interação entre os ouvintes, o formato prático e flexível, a possibilidade de personalização dos temas e interesses, dentre outras formas inovadoras que o *podcast* possibilita, elevaram o interesse de pessoas comuns em conhecer esse formato de comunicação digital aliado ao aprendizado e entretenimento.

É importante ressaltar que essas características como a facilidade de produção, a necessidade de poucos recursos, não suprimem os critérios técnicos das produções jornalísticas tais como definição de pauta, enquadramento, apuração, produção de conteúdo, roteirização, edição etc., que diferenciam qualidade do trabalho do jornalista.

Melo (2019) enfatiza que na era digital as pessoas podem escolher o que consomem, trocar impressões e interagir. Conforme a autora (2019), o *podcast* se popularizou rapidamente buscando se firmar como um modelo de comunicação digital, oferecendo um conteúdo mais aprofundado, interativo e personalizado e com potencial para alcançar diferentes públicos. Em relação ao jornalismo, Melo (2019, p.2) destaca que o *podcast* é “uma alternativa de formato em alta entre os novos perfis de consumidores de notícias”.

Os *podcasts* atraem cada vez mais ouvintes e fãs e, de acordo com Shuker (1999), são considerados fãs aqueles que acompanham todos os passos da música e os acontecimentos da vida de determinados artistas, assim como as histórias dos gêneros musicais, com diferentes níveis de envolvimento. Shuker (1999) descreve que os fãs são aqueles que vão aos concertos, colecionam discos, reúnem recortes, enchem as paredes do quarto com pôsteres e conversam sobre seus ídolos com outros fãs.

Carvalho (2014) descreve como acontece atualmente essa dinâmica entre os fãs e meios de comunicação online e essa relação na conjuntura virtual. A autora (2014) ressalta que os *fandoms* (que é um termo inglês, que em tradução literal se refere ao reino

dos fãs: *fan* (fã) + *kingdom* (reino), cada vez mais se segmentam em grupos que compartilham não só um gosto em comum, mas também princípios, valores e opiniões semelhantes e as querem dividir com quem as compreendam. Carvalho (2014) destaca que com os avanços tecnológicos, as distâncias foram eliminadas e o contato entre as pessoas se tornou mais fácil, fazendo com que a relação entre os fãs e o produto cultural, e as relações entre eles mesmos, demonstrem características dessa forma de agrupamento cada vez mais pessoal que começa a ascender nas práticas de compartilhamento em rede. O *fandom* se revela cada vez mais presente e significativo na dinâmica cultural e na consolidação de relações sociais online.

Assim, por meio deste trabalho de conclusão de curso (TCC), buscou-se examinar o potencial comunicativo do *podcast* nos dias de hoje, em especial a influência dos *podcast* de música e o impacto deles na relação dos fãs com os cantores(as) e as bandas. Este trabalho também propôs a criação e o desenvolvimento de um *podcast* piloto sobre música e fãs, denominado *Em Ritmo de Fã*, que contou no episódio 1, por meio de entrevista e bate papo, as histórias de dois fãs e a vivência pessoal deles com seus ídolos. Com esse fim, fizemos a divulgação e distribuição dos conteúdos de áudio pela internet, nas plataformas do *Youtube* e *Spotify*.

## 2- FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 O *podcast*

O *podcast* surgiu como um novo formato de comunicação digital entre as alternativas de compartilhamento, publicação e organização de informações *on-line* que ganharam destaque na *web 2.0*, a segunda geração de serviços via internet que, conforme Primo (2007, p.2), “caracteriza-se por potencializar as formas de publicar, compartilhar e organizar informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo”. Nesse sentido, segundo o autor (ibidem), “(...) a *web 2.0* tem repercussões sociais importantes, que potencializam processos de trabalho coletivo, de troca afetiva, de produção e circulação de informações, de construção social de conhecimento apoiada pela informática”. (PRIMO, 2007, p.2). Nesse contexto, pode-se compreender o *podcast* como um “processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na internet” (PRIMO, 2005, p.1) e que conquistou popularidade com o desenvolvimento da internet, em especial, a partir da *web 2.0*.

Inicialmente o *podcast* foi muito associado ao *iPod*, o principal reproduzidor de mídia digital no início dos anos 2000, onde era preciso fazer o *download* – “baixar o arquivo”, usando uma expressão popular. Atualmente, além da *Apple Podcasts*, existem outras empresas que disponibilizam novas formas de compartilhamento de arquivos *on-line*. Plataformas de *streaming* como *Spotify*, *Deezer* e *Google Podcasts* entre outras, disponibilizam seus conteúdos sem a necessidade de “baixar arquivos”. De acordo com Melo (2019, p.32) “o conceito de *streaming* diz respeito ao envio de informações multimídias, com conexão de internet, através da transferência destes dados. A palavra *stream* vem do inglês e significa corrente”. A autora (2019, p.32) destaca que “a aplicação dessa tecnologia diz respeito justamente ao fluxo contínuo, sem a necessidade de *download* do conteúdo”.

Melo (2019, p.33) relata que “oportunizado pela chegada do modelo *on demand* (sob demanda) de conteúdos, que acelerou a transformação do mercado de massa para o mercado de nichos” houve uma mudança de perfil dos ouvintes e consumidores de conteúdos *on-line*. Assim, “a convergência das mídias é entendida não só como inovação tecnológica, mas também uma mudança entre mercados e públicos”

De acordo com Gómez (2006) os meios de comunicação em massa (MCM) são

aquelas ferramentas utilizadas para estabelecer a comunicação e a troca de informações com uma vasta quantidade de pessoas, como rádio, televisão, jornal, revista e internet. Entretanto, o autor (2006) ressalta que “alguns meios de comunicação, como a televisão e o rádio, são coletivizadores da experiência – um grande número de pessoas assiste a um programa junto, tendo a sensação de ter vivido junto. Outros meios, como o computador, proporcionam uma experiência mais individualizada”. Gómez (2006) destaca que cada meio de comunicação é muito mais do que só um veículo ou uma tecnologia, “ele vai criando uma maneira de intercomunicação e modificando a cultura. (...) o rádio, a televisão e o cinema, e antes a imprensa escrita, permitem certas experiências, enquanto a internet proporciona outras” (GÓMEZ, 2006, p.377).

Melo (2019, p.32) destaca que “com a descentralização dos mercados midiáticos, a massa heterogênea é atendida por mais opções”. A autora ressalta que

“com recursos cada vez mais sendo disponibilizados ao grande público, além das pessoas produzirem, elas também podem distribuir seu conteúdo na rede, compartilhar com facilidade e, conseqüentemente, criar uma comunidade a partir de perfis mais individuais e personalizados (MELO, 2019, p.32).

O fluxo de informações aliado à interação entre as pessoas, ao dinamismo e à coletividade, contribuiu para que outras vozes produzissem e compartilhassem pautas de interesse individual ou atrelado a grupos específicos que, segundo Cardoso e Vilaça (2022), podem favorecer abordagens regionais e de representação social e atribuir voz às comunidades com baixa divulgação nas mídias tradicionais.

Pode-se dizer, a partir de Vanassi (2007), Medeiros (2005), Melo (2019) e Cardoso e Vilaça (2022) que o *podcast* se apresenta como um exemplo acessível e democrático de comunicação digital, que possibilita produções que podem ser, ao mesmo tempo, mais abrangentes e segmentadas, alcançando número cada vez maior de pessoas, em razão, principalmente, da democratização das ferramentas de produção, transmissão e compartilhamento.

Com a popularização desse meio de comunicação e entretenimento, já é possível perceber que pautas, pouco tratadas antes pelos MCM, ganharam destaque potencializando a visibilidade de assuntos que antes eram limitados pela segmentação ou careciam de atenção. Nesse sentido, segundo Medeiros (2005, p. 5), “o “poder de emissão” na mão do ouvinte” é a grande inovação do processo *podcasting*.

## **2.2 O *podcast* e o Jornalismo**

Segundo Vanassi (2007, p.11) “a forma como as pessoas se comunicam e consomem informações está passando por várias mudanças significativas desde o início da massificação da Internet”. O autor destaca que com “(...) a possibilidade de obter-se on-line conteúdos personalizados, abundantes e em tempo real sobre praticamente qualquer assunto, muitos consumidores estão trocando os veículos tradicionais de mídia pela Web como sua principal fonte de informação. (VANASSI, 2007, p.11). Aliado a isso, o *podcast* tem se tornado um meio mais dinâmico e descontraído dentre outros formatos de mídia e tem se mostrado como um recurso interessante e eficiente para explicar temas complexos de maneira clara e atrativa, segundo Melo (2019), sendo utilizado como mais uma ferramenta para jornalistas explorarem assuntos de relevância social.

Seu formato permite que os jornalistas se aproximem do ouvinte de uma maneira mais intimista, já que o áudio é um meio mais pessoal e que pode criar uma conexão emocional mais forte do que o texto ou imagem, conforme ressalta Flores (2014). Além disso, proporciona um espaço para conversas mais informais e descontraídas, que podem trazer à tona detalhes e curiosidades sobre os temas abordados, “gerando grande interesse por parte dos usuários, que experimentam novas formas de interagir com esse meio e suas mensagens” (VANASSI, 2007, p.11).

Dessa forma, o *podcast* pode proporcionar um engajamento de público, criar modelos de negócios e fidelizar audiências, conforme destaca Flores (2014). Assim, pode ser uma ferramenta estratégica para jornalistas que almejam se conectar ainda mais com o público. Além disso, ele tem influenciado na forma como a notícia é entregue aos leitores, com potencial para transformar as relações no Jornalismo.

Na Web, o usuário que quiser ouvir um *podcast* não precisa seguir nenhum tipo de roteiro e nem ficar condicionado a regras de simultaneidade temporal entre a emissão e a recepção. Nesse meio, quando um usuário escolhe um programa, ele pode copiá-lo na hora que quiser, tendo as possibilidades de ouvi-lo quando preferir, parar a transmissão, repetir trechos que selecionar, voltar ao início, avançar ao final, enfim, controlar a sequência da emissão sem perder a possibilidade de acessar qualquer parte da informação. (VANASSI,2007, p.62).

Assim, como ressalta Medeiros (2005, p.4), no *podcast* a interação é diferente, especialmente por essa noção não linear de tempo, diferentemente da TV ou do rádio convencionais. “O tempo na rede não obedece a uma sequência, ou seja, uma linearidade de raciocínio”, como ressalta Medeiros (2005, p.4).

Segundo Foschini e Taddei (2006), esta nova forma de comunicação está associada a uma mudança no padrão de comportamento dos habitantes do mundo global em que vivemos: ouvir, na hora e lugar mais convenientes, programas obtidos

na variada programação que existe na rede global, seja tanto por prazer (um programa de rádio, uma entrevista) ou aprendizado (uma aula).

### 2.3 O *podcast* e a música

Os *podcasts* também estão impactando o mundo da música, alterando a forma como as pessoas consomem e interagem com a música, que é tão antiga quanto a existência humana, utilizada como instrumento de expressão, prazer e até cura de doenças desde os primórdios das civilizações, conforme Leinig (1977). Segundo o autor (1977), a música sempre se configurou como uma forma de comunicação, pois os indivíduos podem se expressar através da produção de sons, demonstrando seu estado de espírito e suas vontades também por meio da música.

A cultura da música, conforme Rocha (2019), vem sofrendo profundas mudanças há pelo menos 100 anos, de forma a influenciar e transformar o comportamento das pessoas na sociedade. Corroborando os pensamentos de Leinig (1977) e Rocha (2019), Seren (2011, p.12) ressalta que “a música, tal como outras práticas culturais, atende a uma demanda simbólica que reforça e vigora diferentes visões de mundo e de significações que dele emergem”. Com o advento da tecnologia de *streaming* e o aumento da popularidade do *podcast* como meio de comunicação, Seren (2011) destaca que a indústria da música também está sendo impactada.

Embora a música possa nos causar prazer e deleite, ela é mais do que apenas entretenimento. Como todas as artes, também a música abarca conteúdos racionais no ato de sua composição, sendo também reflexo social do momento, reflexo de nós mesmos. Entender a arte do presente é entender a nós mesmos. (SEREN, 2011, p.13).

Rocha (2019) ressalta que as tecnologias hoje são acessíveis e fáceis, que as mídias são elementos inovadores e irreversíveis no que diz respeito aos processos de produção, difusão e consumo de música na sociedade atual. A internet proporcionou à sociedade contemporânea uma biblioteca sem limites de arquivos digitais – sejam eles músicas, livros, *podcasts*, vídeos etc.

Os *podcasts* de música podem oferecer uma abordagem personalizada e aprofundada sobre artistas, álbuns e gêneros musicais específicos. Eles permitem que os ouvintes se envolvam mais profundamente com a música, oferecendo *insights* sobre as inspirações dos artistas, processos criativos e histórias por trás das músicas. Foschini e Taddei (2006) afirmam que apesar de todas as aplicações na educação, nos negócios,

no jornalismo, é a música o combustível que move o sucesso do *podcast*.

Além disso, os *podcasts* de música também apresentam entrevistas com artistas e profissionais da indústria musical, permitindo que os ouvintes obtenham informações exclusivas e tenham acesso a opiniões que de outra forma não teriam. Segundo Seren (2011), os *podcasts* podem aumentar a conexão dos ouvintes com a música, criando um senso de comunidade entre os fãs e permitindo que eles descubram novos artistas e gêneros musicais.

De acordo com Bonini (2020) os *podcasts* de música se tornaram tão populares que até as principais plataformas de *streaming* de música, como *Spotify*, *Apple Music* e *Google Play*, lançaram programas exclusivos para seus assinantes. Esses programas incluem entrevistas com artistas, apresentações ao vivo, listas de reprodução e muito mais.

Outro benefício dos *podcasts* de música é o impacto positivo que eles têm nos artistas independentes. Bonini (2020) ressalta que os *podcasts* oferecem aos artistas independentes uma oportunidade de divulgar suas músicas e alcançar um público maior. Eles fornecem uma plataforma para o compartilhamento da música entre artistas e profissionais da indústria, além de fornecer dicas e conselhos sobre como se estabelecer no mercado da música.

Percebe-se, como destaca Bonini (2020) que os *podcasts* de música estão mudando a maneira como as pessoas consomem música, e é importante que a indústria se adapte para atender às necessidades dos ouvintes. Os *podcasts* podem oferecer uma nova perspectiva sobre a música e permitir que essa indústria expanda seu alcance, ajudando a formar comunidades de fãs e a manter a indústria da música viva de forma relevante.

### 3. RELATÓRIO TÉCNICO

#### 3.1. A proposta do *podcast*

A ideia inicial de produzir este *podcast* surgiu a partir do meu contato com o projeto de extensão CineCom - Cinema e Cultura para Todos, do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal de Viçosa, onde fui voluntária na editoria de rádio e criamos o MiniMetragem (um *podcast* sobre o mundo do cinema). Ali me inseri na produção do *podcasting*, e vivenciei inúmeras possibilidades e abordagens que essa linguagem abrange. Paralelo a essa vivência, as Matérias de Rádio Jornalismo e Rádio Ficção, ofertadas em 2019.1 e 2019.2, respectivamente, me fizeram criar mais gosto por esse meio de comunicação, onde desenvolvemos diversos projetos, entre eles, um rádio jornal, um conto e uma rádio novela.

Entre os vários temas possíveis que poderiam ser abordados no produto, mergulhei nos meus gostos pessoais e, assim, escolhi a música como pauta. Essa decisão se deu, pois vejo e vivencio a potencialidade que a música tem em fazer ligações pessoais entre cantor/banda e ouvinte/fã. No meu caso, cito a cantora pernambucana Duda Beat, com a qual tenho profunda conexão e admiração, pois suas músicas trazem um conjunto de elementos únicos e letras emotivas e francas que fazem o ouvinte dançar chorando. Ressalto também a importância da cantora Liniker para minha escolha pessoal da temática, pois ela é uma mulher trans e preta, nascida em Araraquara - SP, e seu som romântico, que muitas vezes levanta a bandeira do amor-próprio, já embalou grandes acontecimentos pessoais.

Decidi, então, que faria um produto sobre a potência da música na vida das pessoas, porque tenho convicção de que a música tem o poder de transformar a maneira como elas se comunicam, se veem e vivenciam suas experiências. Em um primeiro momento, pensei em abordar fãs das cantoras brasileiras contemporâneas citadas, pois teria uma carga pessoal implícita, mas em um segundo momento percebi, como jornalista, que eu deveria manter a mente e as possibilidades abertas, buscando ouvir também o que os meus personagens trariam de contribuição dentro das suas realidades de fã. A partir disso, passei a me organizar para produzir o episódio do meu produto experimental que seria um *podcast* chamado *Em Ritmo de Fã* e buscaria apresentar, por meio dos entrevistados, como os *podcasts* podem influenciar a forma de ouvir música e o contato dos fãs com suas bandas e cantores favoritos.

### 3.2. Pré-produção

Após definir o que seria o produto, iniciei a busca pelos personagens principais que viriam a ser meus entrevistados, assim como a procura por informações complementares que pudessem ser inseridas no podcast. Optei por fazer uma postagem em um grupo do Facebook chamado UFV, já que ali encontravam-se pessoas que moram na cidade de Viçosa - MG, o que seria importante para que as gravações pudessem ser feitas de modo presencial. A preferência pela gravação no formato presencial e em estúdio teve como objetivo priorizar a qualidade do som e do produto final do podcast. Assim, por meio da postagem na rede social, inúmeras pessoas entraram em contato, 65 comentaram a publicação, contaram suas histórias e marcaram seus amigos, interessados em participar do projeto relatando sobre suas experiências como fãs.

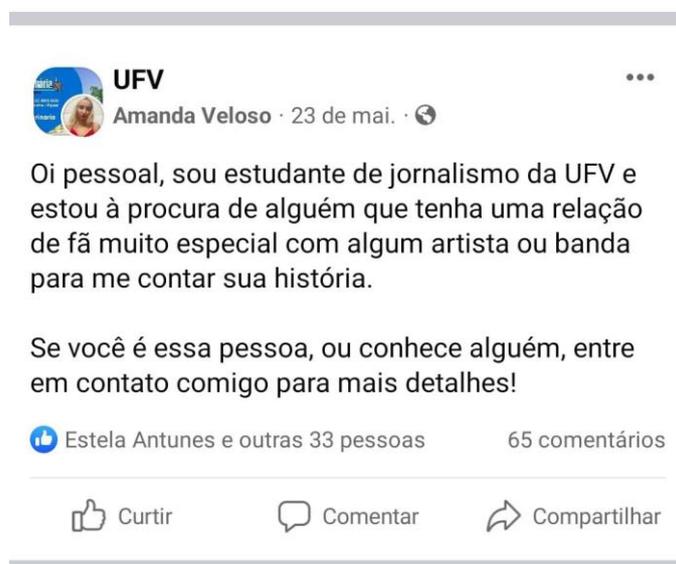


Figura 1 Print da postagem no Facebook na página da UFV

Dentre os diversos participantes que entraram em contato por meio da postagem no *Facebook*, duas das pessoas em especial me chamaram atenção, sendo elas: o Kallaz Pimentel, um jovem estudante de serviço social e fã da cantora americana Lana Del Rey, que escolhi devido a uma similaridade de gostos musicais. E a Elizangela Silva, uma nutricionista, doutoranda e fã da banda KLB (Kiko, Leandro e Bruno), que escolhi por ser extremamente apaixonada pela sua banda favorita e ser de uma geração diferente da minha e do Kallaz. A estratégia era juntar pessoas diferentes, de gerações e gostos musicais diferentes, e discutir sobre música com essas diferentes perspectivas.



*Figura 2 Kallaz Pimentel e Elizangela Silva*

Iniciei uma conversa com eles de forma online e apresentei o projeto do podcast, explicando o propósito e os objetivos dele. Desde o início eles se mostraram imensamente interessados e dispostos a colaborar com a produção do conteúdo.

Comecei então a escrever o roteiro do podcast, decidindo iniciar com perguntas que falassem da música de forma geral, sobre a importância da música para cada um, sobre como eles se relacionam com a música e sobre como eles consomem essa mídia atualmente. Depois passei para perguntas mais específicas sobre de quem eles são fãs, porque são fãs desses artistas e que narrassem um pouco de suas histórias pessoais entrelaçadas a vida de fã.

O modelo escolhido para o podcast foi o de bate papo, com inserção de alguns pontos com dados informativos, para que os ouvintes se sentissem envolvidos pela conversa, assim como para que os participantes pudessem se sentir mais confortáveis e respondessem de forma mais espontânea às perguntas, gerando assim um maior dinamismo na conversa.

### **3.3. Produção**

As gravações foram realizadas no dia 01 de junho de 2023, no estúdio da Rádio Universitária, na Fundação de Rádio e Televisão Educativa e Cultural de Viçosa (Fratevi), às 14:30 horas. A escolha do local se deve a qualidade dos microfones condensadores e o sistema de isolamento do som. Além de poder contar com o importante auxílio do

técnico Leandro Vieira, que dá o suporte necessário para o uso do espaço e dos equipamentos.



*Figura 3 Kallaz e Elizangela nos estúdios de gravação da UFV*

O encontro para a gravação ocorreu em um clima de entusiasmo e alegria. Estávamos muito animados para falar sobre uma paixão em comum, que é a música e ser muito fã de alguém, e acabamos criando um vínculo especial nesse projeto. Foi uma experiência bem interessante, pois foi a primeira vez que o Kallaz e a Elizangela estiveram em um estúdio de gravação, e houve todo um encantamento por esse universo do áudio comunicação.

### **3.4. Finalização**

Ao chegar na parte de conclusão e finalização do produto, utilizei o programa de edição *Audacity*, por ser uma plataforma gratuita e disponível em português. O primeiro passo foi realizar a limpeza do áudio, removendo trechos que foram gravados incorretamente e suspiros, para dar maior fluidez ao áudio. Após esta etapa, fiz a mixagem do programa incluindo os efeitos sonoros, trilha e trechos de música.

Destaco, que os efeitos sonoros foram selecionados da biblioteca livre do YouTube e os pequenos trechos de música do KLB e da Lana Del Rey contém menos de 10 segundos, se enquadrando no direito de uso livre.

A disponibilização do conteúdo foi feita no *YouTube*, por ser uma plataforma popular, onde as pessoas têm mais conhecimento e costume de usar. E no *Spotify*, porque é o local onde escuto meus podcasts e por ser uma plataforma própria para áudio. Até o dia 11 de julho de 2023 o número de ouvintes pelo *Spotify* era de 11 visualizações, e no *Youtube* 53 visualizações.

As publicações podem ser acessadas por meio dos links abaixo:

*Youtube*: <https://youtu.be/RGN98D7e94M>

*Spotify*: <https://spotifyanchor-web.app.link/e/B4nwNSVdsBb>



The image shows a Spotify podcast page for 'Em Ritmo de Fã'. On the left is a pink square cover art with a microphone and headphones. To the right, the title 'Em Ritmo de Fã' is displayed in bold black text. Below the title, it says 'Published • 3 de jul. • 14:03'. A short description follows: 'Este episódio foi publicado e pode ser ouvido em todos os lugares em que seu podcast estiver disponível.' Below that, a longer description states: 'O Em Ritmo de Fã é um podcast desenvolvido como Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal de Viçosa, de autoria de Amanda Veloso e orientado pela professora Isaura Mourão Generoso.' At the bottom left, a white box contains the number '11' and the text 'Número total de reproduções'. At the bottom right, there are four circular social media sharing icons: Facebook, Twitter, a link icon, and a QR code icon.

Figura 4 Print da página do Spotify



The image shows a YouTube Studio interface. At the top, there's a search bar with the text 'Pesquise no seu canal' and a 'CRIAR' button. Below that, the 'Conteúdo do canal' sidebar shows a thumbnail for 'Em Ritmo de Fã'. The main area is titled 'Vídeos de podcast' and contains a table with video details.

Vídeo	Visibilidade	Restrições	Data	Visualizações	Comentários	Gostei e Não gostei
 EM RITMO DE FÃ O Em Ritmo de Fã é um podcast desenvolvido como Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação...	Público	Nenhuma	3 de jul. de 2023 Estreou	53	0	100,0% 16 marcações com "Gostei"

At the bottom of the table, there are navigation options: 'Linhas por página: 30', '1-1 de muitos', and navigation arrows.

Figura 5 Print da página do Youtube

#### 4. Considerações finais

Podemos perceber como destaca Vanassi (2007), que o *podcast*, embora seja uma ferramenta digital de comunicação recente, tem apresentado características peculiares que o fazem ganhar cada vez mais adeptos e ouvintes. Dentre essas características podemos destacar a facilidade que usuários comuns, com equipamentos simples e acesso à internet, podem não só acessar, mas também produzir e compartilhar seus próprios conteúdos, o que foi proporcionado pela evolução tecnológica da web 2.0.

Outro ponto que chama a atenção, conforme é relatado por Melo (2019) é a influência dos *podcasts* no comportamento cultural e na forma como as pessoas acessam os conteúdos e assuntos que são personalizados de acordo com seus interesses e encaixados nas suas rotinas diárias no momento que for mais propício a cada um.

Quanto aos *podcasts* de música, de acordo com Foschini e Taddei (2006) é possível perceber que eles oferecem uma abordagem mais personalizada e aprofundada sobre artistas, álbuns e gêneros musicais específicos. Eles têm se tornado cada vez mais populares por trazer uma experiência de conexão dos ouvintes com a música, criando um senso de comunidade entre os fãs e permitindo que eles descubram novos artistas e gêneros musicais.

Acreditamos que os *podcasts* podem oferecer uma nova perspectiva sobre a música e permitindo que essa indústria expanda seu alcance, ajudando a formar comunidades de fãs e a manter a indústria da música viva de forma relevante.

## 5. Referências

BONINI, Tiziano. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. **Radiofonias–Revista de Estudos em Mídia Sonora**, v. 11, n. 1, 2020.

CASTRO, Gisela G.S. Podcasting e consumo cultural. E-Compós. Brasília: Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Comunicação. 5.ed, 2005

CARDOSO, M, & VILLAÇA, L. (2022). Podcast no Brasil: Disrupção de modelos de comunicação ou submissão à lógica de grupos hegemônicos de poder? *Revista Alterjor*, 25(1), 111-126. DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2176-1507.v25i1p111-126>

CARVALHO, Paula Fernandes Giuseppe. “FAZER PARTE DE ALGO ESPECIAL TE FAZ ESPECIAL”: UM ESTUDO ETNOGRÁFICO VIRTUAL A PARTIR DA SÉRIE DE TV GLEE.

FOSCHINI, A.; TADDEI, Roberto. Conquiste a Rede: podcast. **São Paulo: Ebook**, 2006.

FLORES, Tábata Cristina Pires. A nova mídia podcast: um estudo de caso do programa Matando Robôs Gigantes. **Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação-Habilitação em Jornalismo)-Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro**, 2014.

GÓMEZ, Guillermo Orozco. Os meios de comunicação de massa na era da Internet. **Comunicação & Educação**, v. 11, n. 3, p. 373-378, 2006.

LEINIG, C. E. Tratado de Musicoterapia. São Paulo: Sobral Editora, 1977.

LUIZ, L.; ASSIS, P. O podcast no Brasil e no mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: INTERCOM, 32., 2010, Caxias do Sul. Anais do XXXIII Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2010.

MEDEIROS, M.S.D. Podcasting: produção descentralizada de conteúdo sonoro. In: INTERCOM, 28., 2005, Rio de Janeiro. In: Anais do XXVIII Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação. São Paulo: Intercom, 2005.

MELO, Ana Caroline de. O podcast como espaço de diálogo no jornalismo. 2019.

PRIMO, A. F. T. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. **Intexto: revista do mestrado da comunicação UFRGS. Vol. 2, n. 12 (jul./dez. 2005), p. 1-23**, 2005

PRIMO, Alex. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: **E-Compós**. 2007.

ROCHA, Luiz Gusthavo Nunes Silva et al. JORNALISMO, PODCAST E MÚSICA: Alternativas para a construção de discursos musicais em empresas de mídia. 2019.

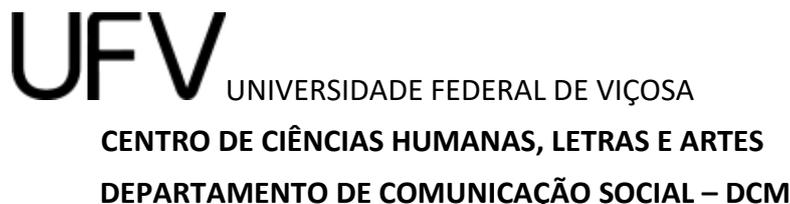
SEREN, L. Gosto, música e juventude. São Paulo: Annablume, 2011.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de música pop**. Hedra, 1999.

VANASSI, G.C. Podcasting como processo midiático interativo. Monografia. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2007.

## 6. ANEXOS

### 6.1 ANEXO A – TERMO DE AUTORIZAÇÃO DO USO DE IMAGEM



Prédio CCH II - Campus Universitário - Viçosa, MG - 36570-900 - Telefone: (31) 3612-7200 - E-mail: [dcm@ufv.br](mailto:dcm@ufv.br)

#### **TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E SOM** para Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) Comunicação Social - Jornalismo

Eu, Kallaz da Silva Pimentel, nacionalidade brasileira, estado civil solteiro, portador/a da Cédula de identidade RG nº.MG-19.889.221/PC-MG, inscrito/a no CPF/MF sob nº 1358109682, residente à Av./Rua Francisco Machado, nº. 177, município de Viçosa, UF: MG. **AUTORIZO** o uso de minhas imagens e falas em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos, áudios e documentos, para serem utilizados no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) “Em ritmo de fã: Explorando a Vivência Individual na Música Através de um Podcast, ciente de que os materiais do produto final deste TCC podem ser veiculados total ou parcial em programas estritamente educativos da TV Viçosa e da Rádio Universitária FM, da Fundação de Rádio e Televisão de Viçosa, bem como nos canais oficiais do Curso de Comunicação Social - Jornalismo. Estou ciente também que partes deste TCC também podem ser utilizadas em apresentações de trabalhos em Congressos e publicações científicas. Fica ainda **autorizada, de livre e espontânea vontade**, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das minhas imagens e falas não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

Cidade: Viçosa; UF: MG;  
Dia: 30; Mês: junho; Ano: 2023.

Documento assinado digitalmente  
 KALLAZ DA SILVA PIMENTEL  
Data: 30/06/2023 16:18:59-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

(Assinatura)

Nome legível: Kallaz Silva Pimentel  
E-mail e Telefone para contato: [kallazpi@outlook.com](mailto:kallazpi@outlook.com)

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA USO DE IMAGEM E SOM**  
para Trabalho de Conclusão de Curso (TCC)  
Comunicação Social - Jornalismo

Eu, Elizangela da Silva Miguel, nacionalidade brasileira, estado civil casada, portador/a da cédula de identidade RG nº. MG - 15.740.880, inscrito/a no CPF/MF sob nº 094.887.396-57, residente à Av./Rua Avenida Progresso, nº. 508, município de Ervália/UF: MG. **AUTORIZO** o uso de minhas imagens e falas em todo e qualquer material entre imagens de vídeo, fotos, áudios e documentos, para serem utilizados no Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) Em ritmo de fã: "Em Ritmo de Fã: Explorando a Vivência Individual na Música através de um Podcast" , ciente de que os materiais do produto final deste TCC podem ser veiculados total ou parcial em programas estritamente educativos da TV Viçosa e da Rádio Universitária FM, da Fundação de Rádio e Televisão de Viçosa, bem como nos canais oficiais do Curso de Comunicação Social - Jornalismo. Estou ciente também que partes deste TCC também podem ser utilizadas em apresentações de trabalhos em Congressos e publicações científicas. Fica ainda **autorizada, de livre e espontânea vontade**, para os mesmos fins, a cessão de direitos da veiculação das minhas imagens e falas não recebendo para tanto qualquer tipo de remuneração.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos à minha imagem ou a qualquer outro, e assino a presente autorização em 02 (duas) vias de igual teor e forma.

Cidade: Ervália; UF: MG;  
Dia: 28; Mês: junho; Ano: 2023.

Documento assinado digitalmente  
 ELIZANGELA DA SILVA MIGUEL  
Data: 28/06/2023 16:52:09-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

Nome legível: Elizangela da Silva Miguel

E-mail e Telefone para contato: [elizangela.miguel@ufv.br](mailto:elizangela.miguel@ufv.br) (32) 9 8413-3339

## 6.2 ANEXO B- ROTEIROS DOS PODCASTS

### DECUPAGEM DO PODCAST - EM RITMO DE FÃ

**Amanda Veloso:** A relação entre a música e as pessoas transcende gerações. E acompanham momentos de vida que vão da extrema felicidade à mais profunda das tristezas. O modo de ouvir música é constantemente reinventado, desde os tempos em que nem imaginava o surgimento do rádio até os dias atuais, onde as melodias andam por aí, mas sempre coladinhas no seu ouvido. E como é bom estar sempre bem acompanhado.

O Brasil é o maior mercado de música na América Latina e um dos principais do mundo, segundo a Federação Internacional da Indústria Fonográfica. Uma pesquisa feita pela Globo com 1500 participantes descobriu que a vida tem trilha sonora sim já que 97% dos entrevistados ouvem música e na maior parte das vezes é quando estão fazendo alguma atividade doméstica. 39% se relacionam com a música montando suas próprias playlists, 93% usam a música como forma de lidar com a ansiedade e 74% não conseguem viver sem ela.

Oi pessoal, meu nome é Amanda Veloso e sou eu quem vai guiar o nosso bate papo de hoje sobre a relação entre a música e os caminhos da vida. As estrelas que nos acompanharão nessa caminhada são a Elisangela Silva, ela é natural de Ervália-MG, tem 34 anos, casada, Nutricionista. Adora compartilhar momentos, jogar vôlei, assistir filmes e claro, ouvir música. Sou fã do KLB (Kiko, Leandro e Bruno) desde 2000, início da carreira deles. E o Kallaz Pimentel, natural de Manhumirim - MG, tem 24 anos, solteiro, estudante de serviço social na nossa querida Universidade Federal de Viçosa. No tempo livre, além de ouvir muita Lana Del Rey, ele também é tarólogo. Hoje vamos conversar sobre o poder que a música tem na nossa vida, no nosso dia a dia e também sobre a vida de um fã. Sejam bem-vindos.

Oi Kallaz, oi Elizangela.

**Kallaz Pimentel:** Olá, tudo joia?

**Amanda Veloso:** Vamos começar o nosso bate papo, então. Como é a sua relação com a música? O que que você vê de especial nela? Como é isso?

**Elizangela Silva:** Bom, acho que música faz parte da vida, se você está triste as vezes você ouve uma música para ver se aquilo passa, se você está feliz você ouve e canta junto. Você ouve música agitada, música calma, as vezes está mais estressado quer ouvir uma música pra relaxar. Então, ela faz parte do seu dia a dia né. É difícil você imaginar uma pessoa que fala que não gosta, é difícil encontrar alguém que fala que não liga um rádio, que não escuta uma música, que não tem uma música em especial, um cantor ou algo assim. Então, eu tenho, eu vejo dessa forma, música faz parte da vida.

**Kallaz Pimentel:** É, desde jovem eu sempre tive uma relação muito próxima com a música também, eu sempre fui aquela pessoa que andava para todo lado com o fone de ouvido na bolsa, ou até dormir ouvindo música eu dormia em uma época. Meus fones de ouvido que reclamam, que era sempre uma destruição. Mas eu também acho que é muito importante nesse sentido de se sentir acompanhado mesmo em certos momentos, porque as vezes a gente quer estar na nossa companhia, mas é muito massa ouvir uma melodia, uma voz, ouvir uma música, algo que te inspira e muda seu humor. Eu sinto muito esse efeito sobre mim.

**Amanda Veloso:** Acho que a música, ela é realmente um remédio universal para todas as dores né. Eu pelo menos não começo o meu dia se eu não colocar meu fone de ouvido, indo para a faculdade. É outro mundo para mim.

**Kallaz Pimentel:** É um remédio ou um veneno né, porque na época da sofrência também bota um sertanejo lá para ver se não chora.

**Amanda Veloso:** (risos) A música tem esse poder de mexer com as nossas emoções.

**Elizangela Silva:** Com certeza.

**Amanda Veloso:** Quería saber também como é que vocês consomem música, é, se vão em show, se assistem lives.

**Kallaz Pimentel:** Hoje eu tenho descoberto mais músicas e ouvido mais músicas que eu já conheço pelo spotify. Acho que o spotify é um canal muito massa, assim para a gente

ter acesso a músicas diferentes e no próprio instagram, no reels. Eu sou o tipo de pessoa que baixa música de reels para ouvir no spotify. Eu gosto desses hits, dessa melodia que fica na cabeça e passa uma vontade de dançar. Então, os reels são um lugar onde eu descubro bastante música nova.

**Elizangela Silva:** A, eu escuto música, como se diz, que eu baixei no celular, às vezes eu estou em casa fazendo alguma coisa, ligo a tv e coloco no YouTube. Então, assim, a forma que eu tiver de ouvir a música né, naquele momento ali, se não tem internet, por exemplo, tá sem internet e tem ela no celular, pronto. Vamos ouvir música. E rádio também, com certeza, acabo ouvindo.

**Kallaz Pimentel:** Música ao vivo é uma coisa que eu adoro também, tipo.

**Amanda Veloso:** E como é sua relação com a música ao vivo, em barzinho. Como você tem contato com ela?

**Kallaz Pimentel:** É geralmente em bares, no meu projeto, por exemplo, que eu faço no quintal solidário a gente sempre têm uma atração cultural e aí sempre vai um público diferente para apresentar um estilo de música próprio, sabe, costuma ser bem variado o leque de possibilidades, digamos assim. Mas, são mais nesses locais, bares e nesse projeto. A UFV, ela também oferece esses espaços em que a gente pode assistir apresentações de música ou de dança.

**Amanda Veloso:** Sim! Bem legal! Existe algum artista ou banda que vocês sejam aquele fã de carteirinha assim, que tenham um apego muito especial? Conta para a gente.

**Elizangela Silva:** Bom, eu sou fã desde os onze anos, lá no início da adolescência, da banda KLB, Kiko, Leandro e Bruno. Quem é da minha época, como se diz, sabe bem, assim, acompanhou muito a banda né, o início deles lá em 2000. Eles ficaram um período aí sem fazer show, deram uma parada na carreira e voltaram agora recentemente fazendo uma turnê, mas assim sempre acompanhei em programas de tv, que não tinha tido a oportunidade ainda de ir ao show deles, mas sempre acompanhava nas revistas, lendo sobre eles. De alguma forma estar inteirada sobre a vida deles, sempre acompanhando e querendo saber o que que está acontecendo, será que vai ter um show próximo que eu

possa ir. Aí não dava para ir e sofria, mas continuava lá. A música era assim, era quadro, era os álbuns de figurinha, caderno com monte de coisas anotadas, o próprio caderno que usava na escola com capa dura sendo deles, cordãozinho escrito KLB, toalha KLB, camiseta KLB, o que tinha de opção que era referente a banda, eu queria ter né. Era como se eu sentisse que estava próxima deles através desses itens.

**Kallaz Pimentel:** Bem legal. Eu lembro muito bem logo nessa época também foi quando eu tive um contato mais direto com a música, digamos assim, de me envolver mais com ela foi quando... Eu lembro direitinho gente de “born to die”, da Lana Del Rey, ela é uma música que me marcou muito, esse início dessa conexão né. Eu lembro que o clipe era um clipe muito massa, tipo muito diferente assim, e a música também, ela tinha uma voz que era muito diferente das outras vozes que eu estava acostumado a ouvir. Então, aquilo me marcou de um jeito que eu ouvia no repete, constantemente. Todo dia eu colocava “born to die” para eu ouvir. Aí depois disso eu desenvolvi um gosto muito grande. A Lana, eu sempre acompanhei a carreira dela e ela é uma daquelas cantoras que, sabe quando sente que os anos vão se passando, mas existem algumas músicas e algumas outras coisas que não importa quanto tempo passe você sempre vai gostar de ouvir.

**Amanda Veloso:** Sim, envelheceu como vinho

**Kallaz Pimentel:** Envelheceu como vinho, exatamente. E com ela que a minha relação é bem assim, acho que ela é a pessoa que eu mais tenho um contato longo. Beyoncé também eu amo, adoro vários estilos de música, de todas as épocas. Mas assim, a Lana me marcou de uma forma diferente.

**Amanda Veloso:** Mas assim, o que atraiu vocês nesse estilo de música? E o que a Lana e o pessoal do KLB têm na música que fala: isso me fez admirar, isso me fez ser fã dessa pessoa.

**Elizangela Silva:** Bom, acho que o que me fez gostar, ser fã do KLB é a primeira vez que eu ouvi uma música deles, a música em si me chamou muita atenção e eu também fiquei encantada com a voz, confesso. Na época, Kiko, Leandro e Bruno eram assim, nossa. O pessoal ainda brinca que lá nos anos 2000 eles eram o crush de todo mundo, eu também admirava os três, mas tinha ainda o Leandro, que eu falava “nossa, Leandro é

lindo, a voz do Leandro é maravilhosa” e a música em si, o tom da voz né, ele que faz a voz principal chamou muita atenção também. Mas para além da voz, eu acho que a música. Tem aquelas músicas que tem a questão do romantismo? Sim. Mas tem aquelas músicas que parecia que me despertava algo, que chamava atenção, que ao mesmo tempo me deixava emotiva, mas me incendiava. Isso me fez querer ouvir todas as músicas, e aí surgia uma nova que eu falava: “nossa, essa é perfeita, me motiva, me inspira”. Então, foi mais nesse sentido.

**Amanda Veloso:** Quando você acha que não podem lançar uma música melhor, eles vão lá e surpreendem. Pelo menos eu, na minha vida de fã também acabo sempre falando quando lança um álbum: “Nossa, esse é o melhor álbum do mundo, não vai ter álbum melhor”. E quando vê, passa alguns anos e vem o próximo. Eu acho que a gente amadurece também junto com o cantor, junto com o estilo musical, e acaba tendo essa conexão que vai durando muitos anos aí né.

**Kallaz Pimentel:** Em relação a Lana, a voz dela foi uma coisa que me marcou muito também. A forma como ela explorava a voz né, dizem que é auto tune, mas tudo bem ainda amo ela de qualquer forma.

**Amanda Veloso:** Mas acho que até isso também são artifícios artísticos. Ela não é menos ou mais cantora e artista por causa disso.

**Kallaz Pimentel:** Também acho.

**Amanda Veloso:** Eu também sou fã, então vou defender. Mas então gente, essas eram as minhas perguntas. Vocês têm mais alguma coisa que queiram contar?

**Elizangela Silva:** Bom, dar um exemplo em relação a essa coisa de ser fã. Uma outra coisa que acho que me fez crescer sendo fã do KLB, eu vivi uma fase na adolescência que eu tinha problema de saúde, às vezes precisava ficar no hospital e eu ficava sozinha. Eu morava com minha avó, então, ela não podia ficar como acompanhante. E eu sentia medo de ficar lá sozinha, as vezes eu estava num quarto que não tinha outras crianças e adolescentes, nem nada junto comigo, eu me apegava aquilo. “Nossa, eu quero recuperar e ficar bem, pra eu ir pra casa ouvir KLB, pra eu ver eles num programa de tv”. E é como

se aquele cordãozinho escrito KLB, uma coisa que estava ali junto comigo, aquilo me ajudasse a ter um pouco menos de medo.

**Kallaz Pimentel:** Ah que lindo!

**Elizangela Silva:** Eu acabei tendo essa relação e um tempo depois quando eles, é, gravaram uma música junto com aquele grupo Rouge, a música nunca deixa de sonhar. Eu trago essa música até hoje pra minha vida, assim, não foi só questão de continuar sonhando em conhecer a banda, mas para todos os sonhos que eu tive, eu sempre lembrava da música. Eu não posso desistir, se é sonho eu tenho que correr atrás. E aí foi nessa onda que eu continuei insistindo. Então, assim, meu sonho tinha dado uma pausa, porque eles tinham parado a carreira também. Eu não cogitei conhecer a banda, até que um dia minha irmã virou pra mim e falou assim: “Você viu que o KLB voltou? Eles estão fazendo uma turnê”. E aí na mesma hora fui pro instagram, para as redes sociais e comecei a olhar. Quando eu vi que tem show do KLB em BH, aquele dia eu falei: “Está chegando a hora do meu sonho se concretizar”. Aquela música é para 2023, não interessa quando ela foi gravada, lançada e que eu sonhei lá. Eu a trouxe junto comigo, na minha vida e para se concretizar em 2023. Então, assim, 20 de maio pra mim agora ficou marcado como a concretização daquilo que eu sonhei 22 anos. Então, assim, foi muito especial!

**Kallaz Pimentel:** Nossa, que legal!

**Amanda Veloso:** Que legal! Muito obrigada pelos relatos de vocês. Fiquei muito feliz de receber vocês, da nossa conversa. Eu acho que a gente colheu bons frutos hoje.

**Kallaz Pimentel:** Ah, eu amei o convite gente. Muito obrigado.

**Elizangela Silva:** Eu também agradeço, fiquei feliz de poder vir aqui falar. Eu acho muito bacana quando eu conto alguma coisa assim, porque quando se tem algo que é especial e você compartilha aquilo, você compartilha com alegria.

**Amanda Veloso:** Com certeza. Shuker, em sua publicação o "Vocabulário de música pop, em 1999" disse que são considerados fãs “aqueles que acompanham todos os passos da música e da vida de determinados artistas, e as histórias dos gêneros musicais, com

diferentes níveis de envolvimento”. Ainda de acordo com Shuker: Tietagem é o termo utilizado para descrever os fenômenos que envolvem os fãs e seu comportamento: ir aos concertos, colecionar discos, reunir recortes, encher as paredes do quarto com pôsteres e conversar sobre seus ídolos com outros fãs

Bom, o nosso podcast vai ficando por aqui. Muito obrigada pela presença e pelas histórias compartilhadas. E para mim, foi um prazer guiar nossa conversa.

O ministério da música adverte: se envolver com o meio musical pode causar o aumento da dopamina, uma paixão arrebatadora por um ou mais desconhecidos e pensamentos repetitivos em tons melódicos.