

capa

SEMELHANTES A PROGRAMAS DE RÁDIO, *PODCASTS* GANHAM ESPAÇO NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE PREVENÇÃO E CONTROLE DO CÂNCER

Em alto e bom som

Um telefone celular com aplicativo de edição de áudio, um ambiente silencioso para gravação de voz, conexão com a Internet, um bom assunto e criatividade a gosto. Como ingredientes opcionais, microfone para deixar o som mais “limpo”, um ou mais entrevistados, músicas e efeitos sonoros. Por fim, basta escolher a plataforma para divulgação, enviar o arquivo e pronto – você já tem o seu *podcast*.

Surgida em 2004, nos Estados Unidos, essa mídia semelhante ao rádio – porém digital e mais interativa, além de não ter transmissões ao vivo – conquistou o público não só pela facilidade de produzir, como também de consumir todo tipo de conteúdo, a qualquer momento. Os números confirmam a popularidade: pesquisa feita para a Globo pelo Kantar Ibope revela que em 2020, primeiro ano de pandemia, o número de ouvintes regulares de *podcasts* no Brasil cresceu 33% em comparação a 2019, chegando a 28 milhões de pessoas. Já os programas disponíveis no Spotify, maior plataforma de áudio sob demanda do mundo, triplicaram globalmente no mesmo período, passando de 700 mil para 2,2 milhões.

Os dois fatores – facilidade de produção de conteúdo e interesse do público – vêm atraindo também instituições e profissionais de

saúde, inclusive da oncologia. Mas é claro que aqui, à “receita” citada no início desta reportagem, soma-se um componente indispensável: responsabilidade. Seja com um só apresentador ou em forma de debate, em bate-papo ou em tom mais sóbrio, com apenas cinco minutos ou até uma hora de duração, os *podcasts* já se consolidaram como ferramenta valiosa para levar à população informações relevantes sobre prevenção e controle do câncer.

“O *podcast* é democrático, pois dá oportunidade a todos, sejam da área da Comunicação ou não, de falar de um assunto do qual entendem bem e compartilhar-lo”, define Kátia Patrocínio, professora de Radiojornalismo da Universidade de Fortaleza (Unifor) e do Centro Universitário 7 de Setembro (UNI7), no Ceará, e fã declarada do formato. “Na saúde, é extremamente importante e louvável a presença de *podcasts*. Muitos assuntos ainda são desconhecidos ou tabus para nossa população, que é carente de informação nessa área. Também é uma oportunidade para que mais pessoas tenham acesso a um conhecimento que, muitas vezes, fica restrito a quem está passando por uma determinada doença”, complementa.

O pioneiro entre os *podcasts* de oncologia é o A. C. Camargo Cancer Center, de São Paulo. A estreia, em novembro de 2019, foi com uma entrevista de Bruno Favoretto, ex-colunista de turismo da rádio CBN, com Stênio Zequi, *head* da Urologia da instituição, sobre tumores urológicos e atividade física. Até fevereiro, outros 55 haviam sido produzidos, todos escritos e apresentados por Favoretto, que, ao microfone, troca a fala acelerada da entrevista à REDE

“Na saúde, é extremamente importante e louvável a presença de *podcasts*. Muitos assuntos ainda são desconhecidos ou tabus para nossa população, que é carente de informação nessa área”

KÁTIA PATROCÍNIO, professora de Radiojornalismo da Universidade de Fortaleza e do Centro Universitário 7 de Setembro

CÂNCER por uma voz pausada e palavras ditas de forma leve e, sempre que possível, com um toque de descontração.

“Com a pandemia, as pessoas acabaram ficando um pouco saturadas de conteúdos de saúde, e câncer é um tema pesado. Mas a gente tenta prestar serviço, mostrando, por exemplo, quais são os sinais e sintomas da doença, o que o paciente pode fazer ou comer. É um trabalho totalmente editorial, sem aquela coisa prolixa e institucional”, ressalta o jornalista, que trabalhou na Transamérica de Belo Horizonte (MG) e até narrou a final da Copa do Mundo de 2002 por uma emissora universitária mineira. “Os pilares dos nossos conteúdos são os mesmos do A. C. Camargo: prevenção, diagnóstico precoce, tratamento e reabilitação/seguimento, bem como a parte de ensino e pesquisa”, acrescenta.

COMO NUM ESTÚDIO

O *site* do A. C. Camargo tem a relação completa dos programas da *Rádio Cancer Center*, nome do *podcast* da entidade, separados por mês. Cada episódio, no *site*, é acompanhado de uma descrição em texto, que apresenta e resume o conteúdo narrado, bem como o *player* de áudio. Os arquivos também podem ser ouvidos nos serviços de *streaming* de áudio SoundCloud, Spotify, Deezer e Google Podcasts.

Em mais de dois anos de produção de conteúdo, apenas dezembro de 2021 e janeiro de 2022 não tiveram postagens, já que a equipe de Comunicação e Marketing estava envolvida em outros projetos, como a indexação de alguns episódios no Google e testes com vídeo. Se o formato com imagem agradar, vai se somar aos áudios – que, de acordo com Favoretto, voltarão a ser publicados, pelo menos, duas vezes ao mês.

Na edição dos arquivos, o jornalista tem o apoio de Gustavo Fiorin, representante do Ensino Digital do A. C. Camargo, que também participa da maioria dos programas, interagindo com os entrevistados. Desde o início da pandemia, todos os convidados gravam de casa, simultaneamente, “como se estivessem no estúdio”, segundo Favoretto.

O ideal, ele avalia, é que cada programa tenha até dois entrevistados, “para não ficar muito grande”. Mas não foi o que aconteceu no *podcast* favorito do apresentador, que foi ao ar em maio do ano passado. Em “Mães e o câncer”, Favoretto, Fiorin e Sílvia Vouliemme, gerente de Experiência do Paciente do

A. C. Camargo, conversam, durante 55 minutos, com três convidadas. Uma delas é Cristina Massens, mãe de Valentina, que aos 45 dias de vida foi diagnosticada com retinoblastoma bilateral, tumor ocular comum em crianças. Hoje com 13 anos e sem o olho esquerdo, Vavá, como é conhecida, é influenciadora digital.

“O depoimento da mãe é emocionante, difícil, mas mostra que existem caminhos para a cura e para melhorar a sobrevivência”, reflete Favoretto, que também entrevistou Raquel Lukacs, mãe de Rafael. O menino foi diagnosticado com neuroblastoma em 2017, aos 4 anos, e morreu no início de 2021. “Difícilmente uma empresa privada ‘daria a real’ dessa forma. Ninguém quer ouvir esse tipo de coisa. Ao mesmo tempo, a gente não pode fechar os olhos. A Raquel, hoje, está montando uma fundação, que tem a história do seu filho como causa, e isso resume um pouco [a motivação da entrevista]. Não queremos enganar ninguém nem tentar distorcer a realidade, e sim trazer histórias inspiradoras.”

Muitas das histórias que Favoretto conta nos *podcasts* servem de inspiração para ele mesmo. Em 2000, aos 17 anos, o jornalista levou um tiro de um policial na porta da estação Bresser do metrô de São Paulo e ficou paraplégico. Ele diz que encarou o incidente como uma missão.

“Tudo que eu fizer na minha vida, que eu abra portas para outros deficientes serem encarados com alguma ‘normalidade’. Vejo muito isso em alguns pacientes. Não estou me comparando, mas me identifico com essa pessoa que fala ‘tudo bem, pode não ser o ideal, mas vamos fazer o melhor com o que a gente tem’. Nós nos apegamos a tanta bobagem, quando há coisas mais sérias às quais nem sempre damos a atenção ou a dimensão necessárias. Trabalhando no A. C. Camargo, fica difícil me esquecer disso.”

INCA NO DIAL

Os programas de áudio digital também “conquistaram” o INCA. O Instituto produziu seis *podcasts*, em 2021, em parceria com a rádio JB FM – os quatro primeiros, como parte das celebrações pelo Dia Mundial do Câncer (4 de fevereiro), e os dois últimos, dentro do tema Outubro Rosa. A emissora transmitiu trechos dos episódios – ou pílulas, no linguajar radiofônico – ao longo da programação, durante os meses referentes às datas, e disponibilizou as íntegras no *site* da empresa.

“A JB se dispôs a abrir esse espaço de *podcast* para parceiros, o que eles não tinham”, comemora



O jornalista Bruno Favoretto é, desde 2019, o responsável pelo *podcast* do A. C. Camargo Cancer Center

Pedro Antônio Guimarães, jornalista e assessor de imprensa do INCA, com vasta experiência em rádio – ele tem passagens por emissoras como BandNews, Alpha e MBP FM. “Nós produzimos o conteúdo, desde o roteiro até a gravação, a captação e uma edição mais bruta, dos cortes de conteúdo. Eles finalizaram, masterizaram e levaram os episódios ao ar”, acrescenta.

A escolha da emissora “juntou a fome com a vontade de comer”, nas palavras de Guimarães. Além de parceira do Serviço de Comunicação Social do INCA em projetos anteriores, a JB FM é hoje a quarta emissora mais ouvida do *dial* carioca – na época dos primeiros *podcasts*, era a terceira – e a primeira no segmento adulto-contemporâneo. “Ainda que se

“Tudo que eu fizer na minha vida, que eu abra portas para outros deficientes serem encarados com alguma ‘normalidade’”

BRUNO FAVORETTO, jornalista

COMO CRIAR UM PODCAST



O termo “podcasting” foi citado pela primeira vez em fevereiro de 2004, pelo jornalista Ben Hammersley, do jornal britânico The Guardian, a partir da junção do prefixo “pod” (de iPod, player de áudio digital da Apple) com o sufixo “casting” (de broadcasting, transmissão). Mas o “pai” da palavra podcast, como sinônimo de programa de áudio divulgado pela Internet, é o ex-VJ da MTV americana Adam Curry.

Uma das características que diferenciam o podcast do rádio é a facilidade de produção e trans-

missão do conteúdo. Embora alguns acessórios sejam bem-vindos, como um microfone, não é necessário antena nem equipamentos muito caros. Um aparelho celular – que não precisa ser dos mais sofisticados – é o suficiente para começar.

O primeiro passo é baixar o aplicativo Anchor, disponível gratuitamente na Play Store (aparelhos Android) e na App Store (iOS). Com ele, é possível gravar e editar arquivos de áudio, incluindo funções como cortar partes ou adicionar trilha sonora, bem como postar os episódios no Spotify.

Veja a seguir como usar o aplicativo. As dicas são do site [TechTudo](#).



“O *podcast* permite ao autor [como nos *blogs*] a liberdade de abordar qualquer assunto, só que em áudio, e o ser humano é muito oral, adora falar. É um formato tão forte que tem picos de audiência absurdos”

PEDRO ANTÔNIO GUIMARÃES, jornalista e assessor de imprensa do INCA

posicione como uma rádio de público AB, bem ‘nichada’, a JB atinge de 200 mil a 300 mil pessoas por minuto, segundo estimativas do mercado. Além disso, as pílulas foram ao ar na hora do *rush* da manhã e da noite, que são o auge da audiência no rádio, e o *site* da JB é um espaço relevante para o INCA. Não conseguimos medir, mas estimo que o alcance tenha sido muito bom”, diz o jornalista, destacando também o ganho institucional com a parceria, que permitirá novas ações, já em planejamento.

Guimarães, ao lado de profissionais de várias áreas do Instituto, participou da escolha dos apresentadores dos seis programas. Cada um teve a narração de um especialista, que falou livremente, respondendo a perguntas feitas pelo jornalista – cuja voz foi excluída na edição. A intenção foi deixar os episódios “mais fluidos”, como se fossem um discurso contínuo. Na primeira leva, Liz Almeida, coordenadora de Prevenção e Vigilância; Gélcio Mendes, coordenador de Assistência; a nutricionista Luciana Grucci e o oncologista Carlos José Coelho de Andrade trataram de temas como hábitos saudáveis e a relação entre estresse e câncer. Já na segunda, Luciana Grucci, novamente, e a mastologista Fabiana Tonello abordaram prevenção, diagnóstico precoce e tratamento do câncer de mama.

A gravação dos *podcasts*, conta Guimarães, foi simples. “Fomos até os porta-vozes captar o áudio, pelo celular mesmo, com um microfone de lapela. Procuramos ambientes controlados, no próprio INCA. Com a Luciana e a Fabiana, que já tinham alguma estrutura, nós orientamos, elas gravaram e nos enviaram os arquivos”, relata. Os programas têm de três a oito minutos.



Podcast da mastologista Rebeca Heinzen lhe rendeu convite para coordenar os programas da Sociedade Brasileira de Mastologia

Produtor de *podcasts* desde 2016, quando ainda não tinham tantos adeptos no Brasil, o jornalista compara os arquivos de áudio digital a *blogs*, nos quais o autor tem liberdade de escrever sobre qualquer assunto para um público restrito. “O *podcast* permite isso, só que em áudio, e o ser humano é muito oral, adora falar. É um formato tão forte que, ainda que tenhamos YouTube, Twitch e outras plataformas de *streaming* em vídeo, o *podcast* tem picos de audiência absurdos. Hoje o Spotify sugere *playlists* com três ou quatro músicas de que você gosta, mais um *podcast* de notícia, imitando qualquer rádio musical, que faz isso há décadas. Muda a plataforma, mas o formato é o mesmo, que dá certo há muito tempo.”

Além do *site* da JB FM, os *podcasts* do INCA estão disponíveis no portal do Instituto na Internet, acompanhados de breves descritivos. Segundo Guimarães, não é possível publicar em outras plataformas, devido à parceria com a emissora. Mas há projeto para criação de um *podcast* exclusivo da instituição.

BLOCO DO EU SOZINHO

O caráter democrático dos *podcasts*, citado pela professora Kátia Patrocínio, encontra na ginecologista e mastologista Rebeca Heinzen um exemplo perfeito. De sua casa, em Florianópolis (SC), a médica gravou, editou e publicou nove episódios do *podcast* “Câncer de mama”, provando que não é necessário o suporte de uma instituição para produzir programas de qualidade sobre saúde e oncologia.

“Eu faço o roteiro e gravo com meu celular, mas uso fone. Hoje em dia, os celulares são ótimos, são

basicamente computadores. Com alguns *apps*, a gente consegue fazer tudo”, diverte-se Rebeca, que teve a ideia de gravar os programas inspirada no *podcast* de uma colega médica: “Fui convidada para dar entrevista. Minha amiga me ensinou a gravar e eu achei fácil. Sou superativa nas redes sociais e pensei que seria interessante estar nos *podcasts* também, divulgando as doenças da mama, porque cada pessoa se identifica com uma plataforma.”

Os programas de Rebeca têm no máximo seis minutos e podem ser ouvidos nos principais serviços de áudio sob demanda. A saúde das mamas é tema de episódios como “Introdução ao universo da Mastologia”, o primeiro e “mais desafiador”, lançado em julho de 2020; “Outubro rosa”, o preferido da médica; e “Agosto dourado”, o mais recente, de agosto de 2021, sobre amamentação. Mas o “Câncer de mama”, apesar do título, não é restrito ao tema, já que também aborda Setembro Verde (câncer colorretal), vacinação e outros assuntos relacionados à saúde feminina.

“O *podcast* tem uma facilidade que é você poder ouvir em trânsito. A gente consegue escutar no carro ou colocar um fone de ouvido enquanto está caminhando, diferentemente das redes sociais, que você precisa olhar para uma tela. Nessa nossa vida corrida, isso ajuda muito. Também favorece o acesso para cegos e outras pessoas com algum grau de deficiência visual”, analisa Rebeca, que se declara “ouvinte nata” de *podcasts*, com temáticas que vão da Medicina à Filosofia.

Quem estava acostumado a ouvir os episódios de “Câncer de mama” no Spotify, por exemplo, pode

“Sou superativa nas redes sociais e pensei que seria interessante estar nos *podcasts* também, divulgando as doenças da mama, porque cada pessoa se identifica com uma plataforma.”

REBECA HEINZEN, ginecologista e mastologista

pensar que o programa acabou. Não é bem assim – está em pausa, e por um motivo nobre. Os episódios chamaram a atenção da Sociedade Brasileira de Mastologia (SBM), que convidou Rebeca para coordenar os *podcasts* da entidade. No ar desde setembro de 2021, o “Canal SBM” já tem dezenas de programas, divididos em duas categorias e datas de postagem: um voltado para o público leigo, publicado toda terça-feira, e outro mensal, para especialistas, com opiniões de médicos sobre temas diversos.

“Acabei tendo menos programas do que o planejado, por conta do projeto da Sociedade, mas pretendo fazer uma vez por mês depois do carnaval”, promete a médica, num misto de informação e despojamento que caracteriza boa parte da chamada *podosfera* brasileira. ■

ONDE OUVIR

Para acompanhar os programas citados na matéria, acesse os sites das instituições ou empresas e, no menu, siga o caminho indicado.



A. C. Camargo Cancer Center

(www.accamargo.org.br)

Sobre o câncer > Artigos e notícias > Podcast Rádio Cancer Center

Disponível também nas principais plataformas de áudio sob demanda.



INCA

(www.inca.gov.br)

Central de conteúdos > Áudios



JB FM

(<https://jb.fm>)

Programação > Podcasts > JB Social



Rebeca Heinzen e Sociedade Brasileira de Mastologia

Disponíveis nas principais plataformas de áudio sob demanda.