



Recebido em: 15/10/2023

Aprovado em: 22/11/2023

Publicado em: 29/12/2023

PODCAST “VOZES PERIFÉRICAS”: instrumento de divulgação da música periférica amapaense (MPA)**PODCAST “PERIPHERAL VOICES”: an instrument for the dissemination of peripheral Amapá music (MPA)****PODKASTO “PERIFERIAJ VOĈOJ”: ilo por disvastigo de la periferia muziko de amapao (MPA)**Ana Paula Bourscheid¹⁸Adam Kristen Neves de Souza¹⁹Isabele Palheta Meireles²⁰Thayna Santana Silva²¹Geovane Tavares dos Santos²²**Resumo**

O termo “Música Periférica Amapaense” (MPA) é caracterizado como um conjunto de estilos musicais criado por compositores que não residem, em sua maioria, em áreas nobres, localizadas próximas ao centro da capital do Estado do Amapá, Macapá. Apesar de serem parte da cultura local, esses artistas não são devidamente visibilizados nos meios midiáticos. Este artigo, resultado do “Projeto Experimental em Publicidade (PEP)” do Curso Técnico Integrado em Publicidade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá - IFAP, *Campus Santana*, tem como objetivo geral divulgar o Rap como Música Periférica Amapaense (MPA) e seus principais expoentes, a partir da produção de um *podcast*. Já os objetivos específicos consistem

¹⁸ Doutora em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PPGCOM/PUCRS). Professora no Curso Técnico Integrado em Publicidade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá - Ifap, Campus Santana. Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-8191-5362>. E-mail: bourscheidana@gmail.com.

¹⁹ Estudante do 3º ano do Curso Técnico Integrado em Publicidade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá - Ifap, Campus Santana. Orcid: <https://orcid.org/0009-0006-4022-2697>.

²⁰ Estudante do 3º ano do Curso Técnico Integrado em Publicidade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá - Ifap, Campus Santana. Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-6171-9761>.

²¹ Estudante do 3º ano do Curso Técnico Integrado em Publicidade do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá - Ifap, Campus Santana. Orcid: <https://orcid.org/0009-0005-5946-7638>.

²² Mestre em Desenvolvimento Regional pela Universidade Federal do Amapá (PPGMDR/UNIFAP). Professor da área de Sociologia no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá - Ifap, Campus Santana. Orcid: <https://orcid.org/0009-0000-8214-4806>. E-mail: geovane.santos@ifap.edu.br.



IΦ-Sophia

Revista eletrônica de investigação
filosófica, científica e tecnológica.

em: investigar a diversidade musical no espaço cultural do Estado do Amapá; contextualizar o Rap como gênero musical; analisar como o Rap está inserido no cenário cultural da MPA; e, promover e publicizar, através do *podcast*, a MPA. Para tanto, utilizamos a pesquisa bibliográfica exploratória (SEVERINO, 2010) e a entrevista semiestruturada para alcançar os objetivos propostos. Como resultado, desenvolvemos o *podcast* “Vozes Periféricas”, a fim de divulgar a MPA como elemento cultural do Estado do Amapá.

Palavras-chave: Podcast. Música. Amapá. MPA. Rap.

Abstract

The term "Peripheral Amapá Music" (MPA) is characterized as a set of musical styles created by composers who do not reside, for the most part, in noble areas, located near the center of the capital of the State of Amapá, Macapá. Despite being part of the local culture, these artists are not properly visible in the media. This article, the result of the "Experimental Project in Advertising (PEP)" of the Integrated Technical Course in Advertising of the Federal Institute of Education, Science and Technology of Amapá - IFAP, Campus Santana, has as its general objective to disseminate Rap as Peripheral Music of Amapá (MPA) and its main exponents, from the production of a podcast. The specific objectives are: to investigate the musical diversity in the cultural space of the State of Amapá; contextualize Rap as a musical genre; analyze how Rap is inserted in the cultural scenario of the MPA; and, promote and publicize, through the podcast, the MPA. To this end, we used exploratory bibliographic research (SEVERINO, 2010) and semistructured interviews to achieve the proposed objectives. As a result, we developed the podcast "Peripheral Voices" in order to disseminate MPA as a cultural element of the State of Amapá.

Keywords: Podcast. Music. Amapá. MPA. Rap.

Resumo

La esprimo “Periferia Muziko de Amapao” (MPA, laŭ portugallingva mallongigo) karakterizatas de grupigo da muzikstiloj kreita de kompozistoj kiu plejparte ne vivas en la noblaj kvartaloj, centre de la ŝtatĉefurbo Makapao. Malgraŭ tio, ke ili partoprenas la lokan kulturon, tiuj artistoj ne estas videbligitaj de medioj. Tiu ĉi artikolo, rezulto de la “Eksperimenta Projekto en Propagando” de la Integrita Teknika Kurso en Propagando de la Federacia Instituto pri Edukado, Scienco kaj Teknologio de Amapao – IFAP, kampuso Santana, havas kiel ĝeneralan celon disvatigi repon kiel periferia muziko de Amapao, kaj ties plej gravaj reprezentantoj, ekde produktado de podkasto. Kaj ties specifaj celoj konsistas je: esplorado de la muzika diverseco en kultura spaco de la Ŝtato Amapao, kontekstigi repon kiel muzikstilo; analizi kiel repon eniras la muzikan scenon de MPA; kaj, promocii kaj disvastigi MPA-n, pere de la podkasto. Por tio, oni uzas la esploran bibliografian legadon (SEVERINO, 2010), kaj la duonstrukturita intervjuo por atingi la proponitajn celojn. Kiel rezulto, oni disvolvigis la podkaston “Periferiaj Voĉoj”, cele al disvastigo de MPA kiel kultura elemento de la Ŝtato Amapao.

Ŝlosilvortoj: Podkasto. Muziko. Amapao. MPA. Repoj.



INTRODUÇÃO

A música de uma determinada região constitui a identidade cultural desta localidade e atua como elemento de preservação das memórias e das histórias locais. Em relação à música popular do Estado do Amapá, verificamos que, em suas letras, existem variados elementos da cultura do Estado com destaque para o protagonismo e a exaltação da beleza natural da região e da vida ribeirinha. Sobretudo, há uma forte influência da cultura afro-amapaense que, por sua vez, apresenta o Marabaixo como principal manifestação cultural e de resistência das comunidades negras do Amapá. As características destacadas podem ser observadas em diversas obras dos artistas que compõem o cenário musical do Estado, como em “Pérola Azulada” de Zé Miguel, que exalta a “terra amapaense”, e “Tarumã” de Amadeu Cavalcante, obra que aborda as águas dos rios Araguari e Calçoene.

É de suma relevância discutir sobre os elementos desta vasta cultura que não possuem o devido espaço nos meios de comunicação, tal como as produções artísticas das populações periféricas. Verificamos ao longo do processo de pesquisa bibliográfica exploratória (SEVERINO, 2010) que as músicas periféricas são, historicamente, marginalizadas, discriminadas e pouco valorizadas, ao mesmo tempo em que são de extrema importância para a identidade cultural da população. É neste contexto que surge o problema de pesquisa deste estudo: como se caracteriza a Música Periférica Amapaense (MPA)?; como a Publicidade pode auxiliar na divulgação da MPA?.

Em seus estudos, Oliveira (2019) explica que o Rap integra a MPA, compreendida neste trabalho como um conjunto de estilos musicais que agem como uma manifestação cultural criada por artistas que não residem, em sua maioria, em áreas nobres e localizadas próximas ao centro da Capital do Estado, Macapá, e, apesar de serem parte da cultura local, não são devidamente visibilizados nos meios midiáticos. Compreendemos que existe a necessidade de expandir o conhecimento e a visibilidade acerca da Música Periférica Amapaense, tendo em vista que a mesma está presente na cultura local, mas não recebe espaço para sua divulgação nos meios de comunicação tradicionais que possuem públicos consolidados, a exemplo das emissoras de rádio e televisão.

Para tanto, este trabalho que é resultado do “Projeto Experimental em Publicidade (PEP)” desenvolvido no Curso Técnico Integrado em Publicidade do



Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Amapá - IFAP, *Campus Santana*, tem como objetivo geral divulgar o Rap como Música Periférica Amapaense (MPA) e seus principais expoentes, a partir da produção de um *podcast*. No que se refere aos objetivos específicos, estes visam: investigar a diversidade musical no espaço cultural do Estado do Amapá; contextualizar o Rap como gênero musical; analisar como o Rap está inserido no cenário cultural da MPA; e, promover e publicizar, através do *podcast*, a MPA.

Com base nas análises de Cordeiro e Sardinha (2017), percebemos que, assim como em diferentes regiões do país, no Amapá existe uma concentração midiática, vinculada aos interesses de grandes empresários e políticos, que utilizam as mídias como uma forma de controlar as informações e a imprensa local. Diante disto, a pesquisa tem como hipótese: A Música Periférica Amapaense (MPA), em especial o Rap, não possui lugar nos meios de comunicação tradicionais locais, pois estes pertencem a um grupo de empresários conhecidos como “donos da mídia”. Estes grupos empresariais têm como principal característica o fato de, geralmente, pertencerem a determinadas famílias, detentoras e controladoras de grande parte dos canais midiáticos, principalmente da televisão e do rádio. Ao longo desta pesquisa buscamos comprovar ou refutar essa hipótese a partir dos procedimentos metodológicos adotados.

A metodologia da pesquisa está centrada na pesquisa bibliográfica exploratória (SEVERINO, 2010) e na entrevista semiestruturada, que resultou na produção do *podcast* publicitário “Vozes Periféricas”, para a divulgação do Rap amapaense. Para a realização deste projeto, mapeamos a produção musical do artista da MPA, o *rapper* Jomar Quaresma que integra o grupo amapaense “Relatos de Rua”. Para a produção do *podcast*, adotamos uma linguagem cotidiana, composta de elementos verbais e sonoros que trouxessem as características do dialeto amapaense, a fim de causar a identificação do ouvinte, especialmente os cidadãos amapaenses com a proposta do produto publicitário para divulgar a MPA. Como resultado, o *podcast* produzido apresenta elementos culturais do Estado do Amapá, informações acerca da MPA e uma entrevista com o *rapper* Jomar Quaresma com o intuito de divulgar a Música Periférica Amapaense e o Rap no Amapá.



DESENVOLVIMENTO

A diversidade musical do Estado do Amapá

A música, em qualquer espaço que esteja inserida, constitui a cultura de uma determinada sociedade. Ela está diretamente relacionada com o espaço social em que o indivíduo se encontra, transformando o seu comportamento e as formas de relação social (ALMEIDA, 2020). A Música Popular Amapaense entra nesse cenário com a mesma proposta, a fim de carregar entre as gerações uma cultura cheia de tradições que contam a história de um povo multicultural.

De acordo com Trindade (2017), o Marabaixo e o Batuque foram os pontapés da música amapaense, sendo considerados as raízes que contribuíram para o surgimento da MPA e suas variações. Entre os estilos musicais amapaenses, o Marabaixo e o Batuque constituem o modo em que os artistas locais contam as histórias regionais, enaltecem as belezas naturais do estado e, principalmente, relatam as suas experiências de vida.

Entretanto, as letras das composições amapaenses não se enquadram apenas em uma vertente de apreciação da paisagem e dos costumes locais, há também um caráter de discussão social. Para Andrade (2017), o Marabaixo serviu como um grande catalisador da identidade cultural amapaense, pois em suas canções e textos, há relatos de um povo que foi vítima da escravidão e que precisou, por meio da arte, se manifestar perante as injustiças sociais e a violação dos direitos humanos.

Esses estilos musicais carregam consigo uma grande carga cultural que molda a identidade amapaense, porém, alguns desses estilos são desvalorizados nos meios de comunicação tradicionais, por meio da televisão e do rádio. Em seus estudos, Andrade (2017) reforça que a mídia comunicativa atua diretamente na divulgação de determinadas manifestações culturais. Conforme McCombs e Shaw (1972), em sua teoria do agendamento, os meios de comunicação interferem diretamente na construção social de uma determinada sociedade, afinal, eles são responsáveis por escolher a pauta que será discutida pelo público.

De acordo com Barbosa (2022), no contexto amapaense, existe um monopólio dos meios de comunicação tradicionais, o que faz com que os assuntos e conteúdos consumidos na televisão e no rádio pela população sejam pouco diversificados,



ocasionando com que esses meios atuem como influenciadores do que será consumido pelo público. Essa ação, conseqüentemente, acarreta na exclusão social de algumas manifestações culturais locais.

No Amapá, os veículos são controlados por um grupo restrito de empresários que, na maioria das vezes, possuem vínculos com políticos locais, conforme indica Barbosa (2022).

Atualmente, José Alcolumbre possui o segundo maior monopólio das redes de comunicação no Amapá. Uma delas, a TV Macapá, possui gerenciamento de Josiel Alcolumbre, irmão do Senador da República Davi Alcolumbre. O monopólio não é só sobre as atividades de redes de comunicação. [...] a família nasce do ramo comercial, se espalhando em diversos setores produtivos no Amapá e na política local (BARBOSA, 2022, p. 96).

Essa centralização do controle da veiculação das informações nos meios de comunicação amapaenses está diretamente relacionada com a falta de divulgação e visibilidade das expressões artísticas musicais, pois quando os canais de comunicação focam apenas em divulgar determinadas manifestações da música popular amapaense e não valorizam os outros estilos musicais, uma parcela acaba sendo invisibilizada dos holofotes públicos, assim, acarretando uma exclusão social.

Cabe destacar que os gêneros musicais como o Rap, o Brega e o Melody sofrem um processo de segregação por uma parte da sociedade amapaense, uma vez que são produções realizadas, majoritariamente, por uma população periférica. Este cenário possibilita a exclusão desses gêneros nos espaços sociais e midiáticos.

O Rap no cenário musical e cultural do Amapá

O Rap é um estilo musical urbano que apresenta em suas letras críticas sociais relacionadas ao contexto político, cultural e social em que os artistas estão inseridos. Teperman (2015) detalha que a interpretação etimológica da palavra Rap se refere a sigla *rhythm and poetry* (ritmo e poesia). Seu significado já existia nos dicionários da Língua Inglesa muito antes deste gênero ser levado aos Estados Unidos. Porém, no século XVI o Rap é ressignificado, conforme indica Teperman (2015, p.13), “Entre os sentidos mais comuns, queria dizer algo como ‘bater’ ou ‘criticar’.”

Os primeiros registros do Rap brasileiro surgiram em 1986, nas periferias da cidade de São Paulo. O Rap, na maioria das vezes, é avaliado de forma negativa no



Brasil, pois, em suas letras, os *rappers* retratam a realidade violenta da periferia e fazem duras críticas ao estado. Conforme Loureiro (2017) as letras musicais têm como foco a abordagem de temas que tratam de questões raciais, da pobreza e da truculência da polícia e, conseqüentemente, do estado brasileiro.

Já no contexto amapaense, o movimento cultural do *hip hop* surgiu na década de 80, mas com o *break*. De acordo com Quaresma (2016), o *break* foi a primeira manifestação artística do *Hip Hop* em Macapá, porém, os próprios praticantes do *break* ainda não tinham consciência de que faziam parte desta cultura. Para Quaresma (2016):

[...] era mais questão de afirmação de jovens através da dança. Percebe-se que, similar ao contexto Jamaicano, a diversão e a autoafirmação através da dança e a arte era praticada pelos jovens sem a consciência de que faziam parte do movimento (QUARESMA, 2016, p. 57).

Desse modo, pode-se afirmar que a chegada do *break* foi o ponto inicial para a inserção do *Hip Hop* no cenário cultural amapaense, isso porque os jovens identificaram-se com a dança e a disseminavam como uma forma de se autoafirmar na sociedade, fazendo esse movimento se perpetuar e conquistar seu espaço na cultura local.

Nos últimos anos, o Rap no Amapá vem ganhando espaço na cultura e estão surgindo cada vez mais *rappers*, impulsionados principalmente pelo avanço das redes sociais na internet. O Rap amapaense toma posição em relação aos problemas sociais do estado, abordando a violência e a vivência de uma população frequentemente invisibilizada pelos meios de comunicação tradicionais locais.

Segundo Oliveira (2021), os *rappers* no Amapá se autointitulam como “A nova MPA”, em que MPA consiste na Música Periférica Amapaense. Esse movimento levanta uma questão sobre a resignificação do termo MPA, conhecida anteriormente apenas como Música Popular Amapaense, na qual, por sua vez, é representada por cantores populares como Zé Miguel e Amadeu Cavalcante, os quais trazem em suas músicas a tranquilidade, a misticidade e a beleza das terras do Amapá.

É importante, contudo, discutir sobre como o poder é polarizado nos meios de comunicação tradicionais e o resultado dessa polarização de poder na disseminação da MPA. Após analisar o porquê da falta de veiculação de produções do Rap e outros



ritmos que compõem o MPA, um questionamento surge: quem controla essas mídias e o que é veiculado nelas?

Fuhrmann (2021) destaca que a família Alcolumbre há anos possui grande parte do poder midiático do estado, o que a torna uma das mais ricas do Amapá, tendo em vista que, participam de diversos setores econômicos que possibilitam o crescimento exponencial de seu poder econômico, incluindo investimentos no ramo do rádio e da televisão. Segundo Fuhrmann (2021):

As Organizações José Alcolumbre [...] possuem uma TV homônima, que retransmite o SBT. A diferença é que essa leva o nome fantasia de TV Amazônia. Além dessas duas televisões, o grupo possui a TV Equinócio (antiga TV Marco Zero), retransmissora da Record, e duas rádios em Macapá, a 99 FM e a Jovem Pan News (FUHRMANN, 2021).

Este é um exemplo de detenção da propriedade dos veículos de comunicação que legitimam este grupo familiar como donos da mídia no estado do Amapá, visto que são proprietários das maiores emissoras de rádio e TV local. A pouca veiculação de produções e divulgação do trabalho dos artistas de Rap no estado, está relacionada a quem controla essas mídias e o conteúdo que é veiculado, afinal, se o Rap é um elemento da cultura amapaense, tal qual a música popular amapaense, por que ele não é reproduzido nas grandes mídias?

Se a música e os artistas amapaenses são pouco valorizados por parte da população do estado, com o Rap essa desvalorização passa a ser ainda maior, uma vez que as produções do gênero e os eventos promovidos não são divulgados nos rádios e programas de televisão locais, ou seja, não costuma-se ouvir essas obras durante o dia nas programações. Além disso, apesar dos avanços favorecidos pela internet, visualizações, curtidas e compartilhamentos, percebe-se ainda um alcance limitado do gênero musical.

Logo, é necessário que os meios de comunicação valorizem a MPA para que a divulgação desta manifestação cultural amapaense seja ampliada, entretanto, isso não acontece, pois, essa divulgação não atende aos interesses econômicos e sociais dos “donos da mídia”. Em especial, devido ao fato do Rap ser produzido por artistas periféricos e suas produções evidenciarem as dominações e alienações das classes dominantes da sociedade.



Dessa forma, com o intuito de entender, compreender e colaborar com a divulgação da MPA no Amapá, buscamos elaborar um *podcast* com objetivo de divulgar o Rap como Música Periférica Amapaense (MPA) e seus principais expoentes. Essa proposta de produto publicitário busca tratar o Rap como elemento cultural do estado.

O *podcast* publicitário e a divulgação do Rap como Música Periférica Amapaense (MPA)

Para comunicar e publicizar sobre as músicas periféricas produzidas no Amapá e, principalmente, as produções dos artistas do Rap amapaense, este estudo apresenta a proposta da produção de um *podcast* especializado na divulgação da MPA. Para tanto, fez-se necessário entender o conceito, o contexto e o potencial publicitário que um *podcast* e de que maneira este produto auxilia no alcance dos objetivos desta pesquisa.

Quanto ao conceito de *podcast*, os autores da área da comunicação não possuem um consenso sobre o mesmo, apresentando-o de diversas formas. No entanto, ele pode ser caracterizado basicamente como uma ferramenta de criação de programas de áudio, feitos para serem veiculados digitalmente. As autoras Falcão e Temer (2019), conceituam o *podcast* como:

Mídia sonora cuja difusão se dá por meio da internet. Entre suas características básicas estão o fato de dividir-se em episódios temáticos, o baixo custo da produção, a busca por uma linguagem mais simples e maior liberdade de temas e formas de abordagem (FALCÃO; TEMER, 2019, p.1).

No que diz respeito ao seu contexto histórico, o *podcast* é uma das consequências da evolução da internet e da transformação do rádio, em que o nome, de acordo com Avelar *et al.* (2018), se trata de um neologismo entre as palavras *Pod* (do tocador de MP3 da Apple, iPod) e da palavra *Cast*, que significa transmissão em inglês. Sobre a criação do *podcast*, ainda citando Avelar *et al.* (2018), estes classificam-no como “[...] serviço de transmissão de áudio iniciado em 2004 pelo ex-VJ da MTV americana Adam Curry que, inspirado pela prática dos blogs, criou o *software iPodder*”. (AVELAR *et al.*, 2018, p.1).

Atualmente, o *podcast* cresce cada vez mais no Brasil e no mundo. No relatório Voxnest (2020), o Brasil foi apontado como líder no ranking de países com maior



crescimento na produção de *podcast*. O site Gente Globo (2021, online), indica que “a tendência é que não pare por aí, já que o formato está muito alinhado com a cultura sob demanda que vivemos hoje.”. Cabe destacar o crescimento de “videocasts”, que como definido por Bortolatto (2020), são programas audiovisuais que podem ser distribuídos nos mesmos moldes que um *podcast*.

Devido à expansão no consumo desta modalidade de produto sonoro, se observa o *podcast* como uma ferramenta que pode ser trabalhada em outras áreas, além da esfera do entretenimento, como na educação, saúde e na publicidade. Quadros (2019 *apud* GARCIA, 2013), afirma que o *podcast* pode ser extremamente útil na Publicidade por conter uma gama de possibilidades, tais como:

[...] informar os clientes sobre produtos e serviços com maior persuasão e linguagem mais próxima; suporte e atenção a perguntas frequentes; oferecer notícias sobre o setor; destacar casos de sucesso; publicizar reconhecimentos obtidos pela organização; distribuir documentos e releases para a imprensa; promover novidades sobre produtos e serviços; e construir uma imagem mais amigável e próxima dos seus públicos. (QUADROS, 2019, p.61 *apud* GARCIA, 2013).

Por estes motivos, empresas de diferentes segmentos, como Natura, Azul Linhas Aéreas e Heineken, começaram a investir no *podcast* como instrumento publicitário. Um exemplo, é o *podcast* “Nos Encontramos na Música”, criado pela Natura Musical, plataforma de cultura da Natura. O *podcast* traz convidados de relevância nacional para falar sobre diversidade, ancestralidade, empoderamento, comunidade e outros assuntos inerentes à cultura (SCHNAIDER, 2021).

O *podcast* se mostra uma ferramenta prática e eficaz para alcançar os objetivos desta pesquisa, visto seu potencial para diversificar formas de anúncios já feitos (LOPES; SOUZA, 2016), tendo um caráter mais informal e uma linguagem mais simples. Neste trabalho se considerou que, devido ao fato da temática da pesquisa – a música periférica amapaense – ser de caráter sonoro, é fundamental compartilhar essas produções musicais utilizando recursos sonoros, logo, o *podcast* consiste em um formato de produto que melhor dialoga com essa proposta.



Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa começou a ser planejada em agosto de 2022. A primeira etapa foi concluída em novembro de 2022 e consistiu na pesquisa bibliográfica baseada na coleta de informações teóricas sobre a música periférica amapaense. Nesse momento, foi definido como objetivo geral divulgar o Rap como música periférica amapaense (MPA) e seus principais expoentes, a partir da produção de um podcast, e como objetivos específicos: investigar sobre a diversidade musical no espaço cultural do Amapá, analisar como o Rap está inserido no cenário cultural do MPA e promover e publicizar, através do podcast, o MPA.

As etapas seguintes foram todas realizadas em 2023. Em janeiro deste ano, iniciou-se os preparativos para a produção do produto. Foi decidido produzir um *podcast* publicitário acerca da Música Periférica Amapaense (MPA) e, para tanto, foi necessário pesquisar, utilizando como base a pesquisa bibliográfica exploratória (SEVERINO, 2010) para entender como a dinâmica de um *podcast* funciona e como é o processo de criação de um roteiro para a gravação de um episódio piloto.

O *podcast* "Vozes Periféricas" tem esse nome inspirado nas vozes marginalizadas pela sociedade amapaense e foi produzido e apresentado pelos estudantes Adam Kristen, Isabele Palheta e Thayna Santana, com a participação do *rapper* Jomar Quaresma, artista entrevistado. Contando com a voz de Jerônimo Barreto para gravação da vinheta de abertura do *podcast*. A edição foi realizada por Adam Kristen e Isabele Palheta e o produto tem a duração de 25 minutos 40 segundos e está disponível para acesso gratuito em: <https://on.soundcloud.com/gKKuC>.

Na terceira etapa, realizada em fevereiro de 2023, foi preciso identificar artistas amapaenses do Rap. O professor coorientador deste trabalho apresentou ao grupo o *rapper* Jomar Quaresma, macapaense que faz parte do grupo de Rap Relatos de Rua. O grupo foi formado em meados de 2004 por Cleide Queiroz, Dj Rogério e Jomar Quaresma, com o objetivo de denunciar através da música os problemas que estão perpetuados na sociedade amapaense.

Antes de contatar o *rapper*, buscou-se pesquisar e conhecer um pouco mais sobre o grupo. A partir do consumo dessas produções foi perceptível que o artista



dialogava com a proposta de criação do primeiro episódio do *podcast*, ou seja, um *rapper* do estado, com produções próprias e inserido no cenário do Rap local.

Na quarta etapa, no final do mês de fevereiro de 2023, foram feitos os primeiros contatos com o artista e feito o convite para a participação do mesmo no *podcast*. Durante estas conversas iniciais, o grupo teve a oportunidade de conhecer e compreender o trabalho tanto do rapper Jomar como do grupo “Relatos de Rua”²³. Porém, foi constatado que não seria possível o artista vir até o IFAP - *Campus Santana* para realizar a gravação, e nem os estudantes irem até ele, devido a incompatibilidade de agenda do rapper com os horários disponíveis para gravação do *podcast*. Para tanto, era necessário pensar em uma alternativa para viabilizar a entrevista e a gravação do *podcast*.

Assim, na quinta etapa do projeto, realizada no início de março, foi elaborado o roteiro do *podcast*, no qual se adotou uma linguagem do cotidiano e com elementos linguísticos da região norte para gerar identificação do público-alvo, a população amapaense, com a proposta do produto. O roteiro foi dividido em tópicos e as tarefas da produção das falas foram distribuídas entre os integrantes do grupo. Após reunir todo o material, foi preciso cerca de duas semanas para finalizar o roteiro.

Verificou-se, na sexta etapa, que era necessária uma estrutura própria para realizar a produção. Inicialmente, se planejava utilizar um microfone com um abafador de áudio, mas após a fase de testes foi perceptível que o uso do microfone não era favorável, pois o áudio continha uma série de ruídos que afetam a qualidade do *podcast*, então, foi decidido que o uso do microfone de um telefone celular seria o mais adequado, visto que apresentava o melhor resultado nos testes de gravação.

Também era necessário a infraestrutura para a gravação do *podcast*. Buscou-se pela utilização das instalações do IFAP - *Campus Santana*, com a expectativa de que o espaço do auditório seria viável para a gravação, mas foi observado que o ambiente não era apropriado. O grupo concluiu que o *Campus* não apresentava a estrutura necessária para que fosse possível realizar o projeto de forma adequada.

Por esses motivos, se buscou outra alternativa de gravação e que pudesse ser feita apenas com os materiais disponíveis e que não exigisse o encontro presencial com

²³ O trabalho do grupo pode ser acompanhado nas plataformas: Palco MP3 - https://www.palcomp3.com.br/relatos_de_ua/ e Sound Cloud - <https://soundcloud.com/relatos-de-rua>.



o entrevistado. Desse empecilho, surgiu a ideia de fazer o *podcast* com o auxílio do aplicativo de mensagens *WhatsApp*²⁴, por meio dele os estudantes enviaram as perguntas para o artista e ele responderia por áudios, que poderiam ser enviados no próprio aplicativo.

Após a elaboração da ideia, foi feito um novo contato com o *rapper* para verificar se era viável a realização da entrevista daquela maneira e o mesmo aceitou prontamente. Assim, em meados do mês de abril de 2023, as perguntas planejadas para o *podcast* foram enviadas, e ainda neste mês, o artista respondeu às perguntas com o envio de áudios.

Com o roteiro em mãos e a confirmação da participação do artista, o grupo iniciou a gravação de suas falas no *podcast*. Nessa etapa, devido às dificuldades em relação ao local para gravar, visto que não há um estúdio para produção sonora na instituição, optou-se por gravar na casa de um dos integrantes do grupo e, assim, as gravações do episódio foram iniciadas.

No primeiro dia, após algumas tentativas para chegar ao resultado que se almejava, foram gravadas as duas primeiras partes do episódio. No segundo dia, a terceira parte foi gravada, na escola. Por fim, no terceiro dia foi regravada a terceira parte em outra sala da instituição, por conta do eco que perdurou no áudio na última gravação, o qual não foi possível retirar durante a edição. Apesar desses obstáculos, a produção desta etapa do processo foi concluída.

Portanto, nesse ponto do trabalho já havia sido realizada a gravação de todos os áudios, o recebimento dos áudios do *rapper* Jomar e a definição do formato do *podcast*. A próxima etapa consistia na edição do *podcast*. Para isso, foi escolhido o *software* de edição de áudio *Audacity*²⁵, ferramenta gratuita que permite editar, exportar e importar diversos formatos diferentes de arquivos de áudio.

Também foi utilizado o *Audacity* para realizar a edição da vinheta, produzida pelo integrante Adam Kristen. Durante o *brainstorming*²⁶, o grupo chegou à conclusão

²⁴ *WhatsApp* é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz para smartphones.

²⁵ *Audacity* é um programa que permite editar, gravar, importar e exportar diversos formatos diferentes de arquivos de áudio.

²⁶ *Brainstorming* é uma técnica utilizada para a geração e o debate de ideias, com objetivo de criar soluções para um desafio ou obter insights no desenvolvimento de algo novo. A palavra, traduzida do inglês, significa “tempestade de ideias”.



que iria se utilizar elementos musicais da cultura amapaense, como por exemplo, o batuque do Marabaixo, o ritmo do Melody, o Brega, e principalmente, o som do Rap para a produção da vinheta de abertura. Todavia, no resultado, foram empregados apenas três desses elementos. Posteriormente, foi decidido também pelo uso de uma voz externa para realizar a apresentação do nome e do conceito criativo do *podcast*, mais precisamente, de uma voz característica da região norte. Na versão final do produto, a voz que apresenta a chamada do *podcast* é de Jeronimo Barreto, pai do membro do grupo Adam Kristen.

As músicas e efeitos sonoros utilizados foram retirados do aplicativo *YouTube*, disponibilizados sem direitos autorais. No *Audacity*, todos os áudios foram reunidos, juntamente com o auxílio de efeitos sonoros sem direitos autorais disponíveis na plataforma *YouTube*, pela integrante Isabele Meireles que realizou a edição do *podcast* durante quatro dias.

Em relação ao uso do aplicativo *WhatsApp*, o grupo teve a ideia de que para o formato do *podcast*, a entrevista com o artista passasse a essência de uma conversa nesse aplicativo, já que de fato foi assim realizada. Portanto, o *podcast* foi editado, com efeitos que remetem as batidas de Rap e outros efeitos sonoros que são próprios do *WhatsApp*. No final, o *podcast* utilizada como trilha de encerramento, a música Juventude Marginal²⁷ do grupo Relatos de Rua, do qual o entrevistado Jomar Quaresma faz parte.

Além da produção, edição e publicação do *podcast*, o grupo também elaborou a imagem da capa do produto a partir do uso do aplicativo *Canvas*. A imagem produzida conta com a presença de elementos que remetem à música e ao Rap, com um artista com o microfone na mão e notas musicais, além das cores da bandeira do Estado do Amapá ao fundo (Figura 1).

²⁷ Disponível em: <https://youtu.be/eFnp8HOYYWo>



IΦ-Sophia

Revista eletrônica de investigação
filosófica, científica e tecnológica.

Figura 1 - Imagem de capa do *podcast* “Vozes Periféricas”.



Fonte: Isabele Palheta, 2023.

A versão final do *podcast* conta com 25m40s de duração e apresenta elementos culturais do Estado do Amapá, informações acerca da MPA e uma entrevista sobre o assunto com o *rapper* Jomar Quaresma, tudo planejado com o intuito de divulgar a Música Periférica Amapaense e o grupo Relatos de Rua, expoente do Rap no Amapá. Também foi realizada a produção de um *teaser de divulgação* do produto que possui 1m40s. Este também foi produzido com o uso do software *Audacity* e está disponível para ser acessado em: <https://on.soundcloud.com/TGtUs>

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde o princípio, este projeto visava a elaboração de uma proposta de produto publicitário para a divulgação do Rap como elemento cultural amapaense e após o *briefing*, optamos em produzir um *podcast* publicitário. O trabalho surgiu a partir de uma análise, na qual foi observada a necessidade da divulgação para ampliar o consumo e conhecimento acerca das produções do Rap como parte da cultura amapaense.

Para a realização do trabalho, o grupo identificou e utilizou uma forma de comunicação o programa de áudio *podcast*, uma mídia atual e que neste projeto cumpre a função de promover o Rap, que além de um estilo musical, é apontado como parte da cultura do Amapá. Vale ressaltar, que o *podcast* pode ser reproduzido em



diversas plataformas de áudio, alguns dos exemplos mais conhecidos são: *Spotify*, *iTunes*, *Deezer* e *SoundCloud*, este último utilizado para publicação do *podcast* "Vozes Periféricas". O *podcast* produzido tem como público-alvo a população amapaense. A finalidade do projeto é estimular o consumo da MPA e do Rap pela população do estado.

No que diz respeito à hipótese que norteou a realização desta pesquisa - A Música Periférica Amapaense, em especial o Rap, não possui lugar nos meios de comunicação tradicionais locais, pois estes pertencem a um grupo de empresários conhecidos como "donos da mídia" no Amapá - essa foi confirmada a partir da pesquisa bibliográfica e da entrevista com o *rapper* Jomar Quadros para o *podcast* "Vozes Periféricas". Foi comprovado por meio da pesquisa e, principalmente, da entrevista com o *rapper* que os donos da mídia não possuem o interesse em veicular conteúdos relacionados a artistas que não representam a elite da sociedade amapaense, tal como sua música periférica, por eles próprios serem pauta de crítica desse gênero musical.

Por fim, destaca-se que, com a produção do *podcast* "Vozes Periféricas", foi possível constatar que essa modalidade de produto tem um grande potencial para divulgação e consumo da Música Periférica Amapaense. Pois, sua produção não requer um alto investimento financeiro e possibilita a adoção de recursos sonoros, através dos sons, da música e da fala, que possibilitam estreitar a relação com os ouvintes e gerar uma conexão de identificação e proximidade com o público-alvo desta narrativa que se apresenta também como produto publicitário.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, F. S. A importância da música na sociedade: Um estudo da representação social sobre "música" dos alunos do projeto "tocando em frente". **Dissertação de Mestrado** apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ensino, Educação Básica e Formação de Professores, Universidade Federal do Espírito Santo – UFES. Alegre, 2020. Disponível em: https://sappg.ufes.br/tese_drupal/tese_14188_Disserta%E7%E3o%20-%20Fernanda%20Sampaio%20de%20Almeida%202020.pdf. Acesso em: 15 out. 2022.



ANDRADE, E. V. C. Identidade cultural do Amapá em canções e ladrões de Marabaixo. **Trabalho de Conclusão de Curso** apresentado ao Curso de Graduação em Letras Inglês, Universidade Federal do Amapá – Unifap. Macapá, 2017. Disponível em: <http://repositorio.unifap.br:80/jspui/handle/123456789/910>. Acesso em: 22 out. 2022.

AVELAR, K.; PRATA, N.; MARTINS, H. C. Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda. **Anais do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Joinville, SC, 2018. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0147-1.pdf>. Acesso em: 17 out. 2022.

BARBOSA, L. D. N. S. Comunicação e Política na Amazônia: o papel da mídia no cenário eleitoral do Amapá. **Dissertação**, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Faculdade de Ciências e Letras, Universidade Estadual Paulista – Unesp. Araraquara, 2022. Disponível em: <https://repositorio.unesp.br/server/api/core/bitstreams/64e00ebb-1186-4dd5-9366-9964fb899d47/content>. Acesso em: 16 jun. 2023.

BORTOLATTO, A. A. Podcast: a mídia híbrida e o seu potencial publicitário. **Trabalho de Conclusão de Curso** apresentado ao Curso de graduação em comunicação social, Universidade de Caxias Do Sul, Caxias do Sul, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/11338/6533>. Acesso em: 9 nov. 2023.

FALCÃO, B. M.; TEMER, A. C. R. P. O podcast como gênero jornalístico. **Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Belém, PA, 2019. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf>. Acesso em: 17 out. 2022.

FUHRMANN, L. Como a família Alcolumbre enriqueceu com a grilagem e devastação no Amapá. **CUT Brasil - Central Única dos Trabalhadores**. São Paulo. 14 nov. 2019. Disponível em: <https://www.cut.org.br/noticias/como-a-familia-alcolumbre-enriqueceu-com-grilagem-e-devastacao-no-amapa-0692>. Acesso em: 18 out. 2022.

GLOBO, G. Podcasts e a crescente presença entre os brasileiros. **Gente Globo**, 17 jul. 2021. Disponível em: <https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>. Acesso em: 19 out. 2022.

LOPES, D.; SOUZA, H. A relação do podcast com a Publicidade na perspectiva das “Novas Arenas de Comunicação com o Mercado”. **Anais do XXIII Prêmio Expocom**, São Paulo, SP, 2016. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2016/expocom/EX53-0472-1.pdf>. Acesso em: 16 out. 2022.



LOUREIRO, B. O ativismo de rappers e o “progresso intelectual de massa”: uma leitura gramsciana do rap no Brasil. **Revista HISTEDBR On-line**, Campinas, SP, v. 17, n. 2, 2017. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/histedbr/article/view/8645849>. Acesso em: 24 out. 2022.

MCCOMBS, M.; SHAW, D. **The agenda-setting function of mass media**. *Public Opinion Quarterly*, v. 36, n. 2, p. 176-182, summer 1972.

OLIVEIRA, W. Música Periférica: estética, cultura e política na cena em Macapá-AP. **CSONline** – Revista Eletrônica de Ciências Sociais, Juiz de Fora, n. 33, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/csonline/article/view/34215>. Acesso em: 20 set. 2022.

QUADROS, M. R. O podcast como ferramenta de comunicação organizacional: tendências e possibilidades. SCHEID, D.; MACHADO, J.; PÉRSIGO, P. M. **Tendências em comunicação organizacional: temas emergentes no contexto das organizações**. Santa Maria, RS: FACOS-UFSM, 2019. Disponível em: <https://www.ufsm.br/app/uploads/sites/330/2022/04/Tendencias.pdf>. Acesso em: 15 out. 2022.

QUARESMA, J. Hip Hop tucuju: um breve estudo do movimento cultural urbano como instrumento de prevenção e resgate de jovens em vulnerabilidade social no município de Macapá. **Trabalho de Conclusão de Curso** apresentado ao Curso de Graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal do Amapá – Unifap. Macapá, 2016. Disponível em: <https://docs.com/jomar-quaresma/4993/hip-hop-tucuju>. Acesso em: 25 out. 2022.

SEVERINO, A.J. **Metodologia do trabalho científico**. 23. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

SCHNAIDER, A. Marcas investem na criação de podcasts próprios. **Meio e Mensagem**, 2021. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/marketing/marcas-investem-na-criacao-de-pod%20casts-proprios>. Acesso em: 24 out. 2022.

TEPERMAN, R. **Se liga no som: as transformações do rap no Brasil**. 1. ed. São Paulo: Claro Enigma, 2015.

TRINDADE, L. R. **Centro Musical: projeto para difusão e aprendizado**. Amapá: Unifap, 2017. Disponível em: <https://bityli.com/tdTqEhUVb>. Acesso em: 15 jun. 2023.

VOXNEST. **Mid-Year Podcast Industry Report**. The State of the Podcast Universe. 2020. Disponível em: <https://blog.voxnest.com/2020-mid-year-podcast-industry-report/>. Acesso em: 19 out. 2022.