

ilustrada

Festival americano multimídia mostra força de podcasts e de realidade virtual

Colocar o humano no centro das tecnologias foi uma das pautas que se sobressaíram no SXSW

ANÁLISE

Tadeu Jungle

diretor e roteirista na Junglebee XR

AUSTIN Para abrir o SXSW (South by Southwest, megafestival multimídia que acontece nos Estados Unidos desde 1987) não foi escolhido um expert em futuro, ou um grande orador pop, mas uma pesquisadora e escritora especialista em empatia, coragem, vergonha e vulnerabilidade. Fez um enorme sucesso: Brené Brown.

A partir daí o que pude constatar é que existe uma procura generalizada por trazer o ser humano para o centro das atenções das novas tecnologias e descobertas. Humanizar o mundo talvez tenha sido o grande mote deste ano.

Sendo um festival de novas tecnologias, música e filme com pelo menos 30 palestras e atividades propostas no mesmo horário, fica impossível cobrir o festival, que aconteceu de 8 a 17 de março, restando a oportunidade de descobrir o seu festival.

O meu foi feito de espanto por dois segmentos de comunicação que já existem, mas que terão seu impacto alterado muito em breve, e pela constatação de que a realidade virtual fica mais bonita.

O primeiro espanto vem com a força do podcast, que é uma peça em áudio sob demanda. É filho do rádio, mas foi criado pela internet. Existem podcasts de ficção (drama, crime, comédia), documentais (alimentação, viagem, denúncia etc.), para crianças, e

muitos de cunho jornalístico, com um âncora que entrevista pessoas dentro do seu tema, que pode ser música, literatura, atualidade, enfim, tudo.

Essas peças de saber e entretenimento estão à disposição de todos e podem ser baixadas pela internet para serem ouvidas a qualquer hora.

Matt Lieber, diretor da Gimlet Media, sintetiza as três coisas que o ouvinte quer: que alguém lhe conte uma boa história, que lhe conte algo novo, ou que lhe faça companhia. Ele enfatiza a última. O Spotify comprou a Gimlet e todos os seus produtos em podcasts.

A CEO do Spotify, Dawn Ostroff, disse que o negócio de podcast está crescendo 25% ao ano e que esse segmento, de US\$ 650 milhões em 2020, vai chegar rápido nos bilhões. É

o áudio que volta a reinar. No meio de tantos “bots” e “datas” e drones, o velho áudio volta a reinar. E notem que ele já está na nossa sala de estar com a Siri, a Alexa e Google Home.

O verbo vai tomar conta das nossas orelhas competindo com a música que sempre foi o objeto principal dos nossos fones de ouvido.

Hoje percebemos que temos muito tempo livre para ouvir coisas: no ônibus, no carro, nas filas ou nos exercitando e, assim sendo, por que não aprender coisas novas ou mergulhar numa boa história? Sinto que as pessoas querem usar suas horas vagas além do entretenimento superficial. E ouvir não pede para que sejamos interativos. Teclar e interagir nos cansa tremendamente, certo?

A outra coisa que me pegou vem do audiovisual tradicional. É o projeto Quibi, que já arrecadou US\$ 1 bilhão e já está em fase de produção. Quibi será um app que disponibilizará filmes curtos e tem como tela principal os celulares.

Segundo o seu fundador Jeffrey Katzenberg, Quibi trará o melhor de Hollywood e do vale do Silício. É uma imensa sacada. É uma produtora de conteúdos que vai fugir da avalanche de vídeos que é o Youtube e vai produzir seriados de ficção, programas jornalísticos e de educação para as pessoas assistirem em brechas do seu dia. Como os podcasts, só que com imagem.

Seria uma mini Netflix? Um Spotify de filmes? Ambos. E focado no celular, que é a tela que mais cresce no mundo.

Imaginem agora com a chegada do 5G.

Jovens de 25 a 34 anos consomem cinco horas na internet por dia, sendo 70 minutos em vídeos curtos. Agora vai chegar uma produtora e distribuidora de conteúdos de qualidade para suprir essa demanda. Eu aposto nela.

Quanto à realidade virtual, assisti a vários filmes de ficção (interativa, dançante ou não) e também a documentários de impacto social. A técnica evoluiu a olhos e ouvidos vistos.

Muitas pessoas novas na área me confessaram o sentimento de espanto com a beleza e uma delas me narrou a experiência imersiva como quem conta um segredo. A experiência é você vivendo algo e não assistindo a algo. Daí a ideia de segredo.

As pessoas estão começando a perceber que têm poder frente ao mundo disruptivo das comunicações e que podem focar seu desejo em si mesmas e não na tecnologia pela ostentação. Queremos comida, diversão e arte, sim, mas também, educação, cultura, e entretenimento de qualidade, e com a tecnologia nos trazendo isso a qualquer tempo e em qualquer parte.