

Leo Lopes



PODCAST

guia **básico**




MARSUPIAL
EDITORA

DADOS DE COPYRIGHT

Sobre a obra:

A presente obra é disponibilizada pela equipe [X Livros](#) e seus diversos parceiros, com o objetivo de disponibilizar conteúdo para uso parcial em pesquisas e estudos acadêmicos, bem como o simples teste da qualidade da obra, com o fim exclusivo de compra futura.

É expressamente proibida e totalmente repudiável a venda, aluguel, ou quaisquer uso comercial do presente conteúdo

Sobre nós:

O [X Livros](#) e seus parceiros disponibilizam conteúdo de domínio público e propriedade intelectual de forma totalmente gratuita, por acreditar que o conhecimento e a educação devem ser acessíveis e livres a toda e qualquer pessoa. Você pode encontrar mais obras em nosso site: xlivros.com ou em qualquer um dos sites parceiros apresentados neste link.

Quando o mundo estiver unido na busca do conhecimento, e não lutando por dinheiro e poder, então nossa sociedade enfim evoluirá a um novo nível.



Leo Lopes



PODCAST

guia **básico**





PREFÁCIO

Billy Umbella

Podcast.

Quem diria que essa pequena palavra, a junção de iPod com “broadcast”, chegaria tão longe.

O que era novidade em 2004/2005 agora é muitíssimo mais do que só o nome pomposo. Qualquer áudio distribuído via RSS é um podcast.

Porém, na minha opinião qualquer “play” que você dê em qualquer áudio na internet que não seja uma música é um podcast (os puristas vão me matar, mas hoje em dia não temos mais lugar pra puristas de conceito, né? Ainda mais quando falamos de distribuição de mídia via internet).

E é aí que a coisa pega.

No “qualquer áudio”.

Não é porque é “qualquer áudio” que ele deve ser um “áudio qualquer”.

Explico:

Existe uma máxima no mundo do áudio que é “Shit in, Shit out”.

Ou seja, gravou sem qualidade, o produto final não terá qualidade.

E isso não só é uma máxima, é um fato.

Gravar uma voz mal gravada e dizer que “ah, depois a gente conserta lá no computador” é tão mentira quanto dizer que “I have read and agreed to the terms and conditions”.

Não rola.

Este livro aqui é para você justamente aprender como fazer.

Não só uma gravação limpa, uma edição primorosa, um podcast de altíssimo luxo.

O que o Leo quer neste livro é que você entenda “**por quê, como e para quê**” fazer melhor o que você já faz.

Ou começar a fazer seu podcast com uma qualidade superior, entendendo todas as etapas do processo.

Desde os primórdios da sua ideia, até a parte de divulgação, passando por todos os processos de roteiro, gravação, edição, finalização, distribuição e todos os outros “ãos” que eu não lembro agora, mas que com certeza o Leo lembrou e escreveu aqui pra todo mundo aprender.

Simple assim.

Acredito que os próprios podcasts que o Leo edita e realiza, como o Rádiofobia, o *Rádiofobia Classics*, o “Alô, Técnica!” e o Nerdcast entre outros, já o credenciam para ser um dos caras mais entendidos de como as engrenagens funcionam na podosfera.

Admiro muito o trabalho dele, vejo e principalmente ouço no trabalho uma qualidade sem igual no podcast brasileiro.

Ele tem aquela visão de rádio “do antigamente”, de pensar na produção com esmero, que pouca gente do mercado de podcast no mundo tem.

Por isso ele é quem é, e por isso que escreveu este livro.

Vai com fé, caro leitor. Pegue um marca-texto da sua cor preferida e começa logo! Anote tudo que for importante. Seu livro vai ficar inteiro marcado, mas tudo bem, o que importa é o conhecimento, né?

Bobeou, seu próximo podcast será também um grande sucesso nas interwebs da vida.

Tudo de bom,

Billy

@maestrobilly



SUMÁRIO

PREFÁCIO, por Billy Umbella

APRESENTAÇÃO

BREVE HISTÓRIA DO PODCAST NO BRASIL E NO MUNDO, por Lucio Luiz

O RÁDIO QUE NÃO É RÁDIO

DEVO PLANEJAR ANTES DE COMEÇAR?

CINCO ETAPAS PARA MONTAR O SEU PODCAST

Etapa 1: produção

- Hospedagem

- Hospedagem gratuita

- Hospedagem paga

- Público

- Tema

- Formato

- Papo

- Participantes

- Pauta

- Periodicidade

Etapa 2: gravação

- Ambiente

- Equipamento e hardware

- Software

- Volume

- Tipos e formatos de áudio digital

Etapa 3: edição

- Decupagem

- Limpeza

- Sonorização

- Direitos autorais e podsafes

- Tipos de licenciamento creative commons

- Software

- Dicas de edição

- Prefira editores multipistas

Aprenda a trabalhar com atalhos de teclado
Aprenda a usar envelopes de volume e balanço
Aprenda a usar fades e crossfades a seu favor
Torne-se um "save freak"

Etapa 4: publicação

Domínio próprio
Wordpress
Plugins de podcast
Feed

Etapa 5: distribuição

Agregadores
Apps mobile
Redes sociais e networking

BÔNUS TRACK:

PRA QUEM PENSA EM GANHAR DINHEIRO COM PODCAST

POSFÁCIO



APRESENTAÇÃO

Se você perguntar a dez podcasters como cada um faz seus podcasts, tenho certeza de que ouvirá dez respostas diferentes. Isso acontece porque, ao contrário de outras mídias tradicionais, como jornal, rádio ou TV, não há uma fórmula ou manual para se fazer podcasts, um padrão que deva ser seguido por todos. Essa é, inclusive, uma das características que faz o podcast ser tão fascinante: a flexibilidade. É possível fazer de diversas formas, com infinitas combinações de programas e equipamentos, e falar sobre qualquer assunto da maneira que quiser!

Contudo, existem cinco etapas que são comuns a todos os podcasts: **produção, gravação, edição, publicação e distribuição**. De uma forma ou de outra, para existir um podcast é necessário passar por todas essas etapas. Procurei organizá-las aqui em uma ordem que considero a mais lógica e que facilita a organização de tudo o que precisa ser feito, para que você possa colocar em prática imediatamente após a leitura. Assim, este livro foi elaborado pensando em ser um guia para ter em mãos e consultar nos momentos de dúvida.

O material foi pensado para que qualquer pessoa que queira fazer o seu podcast possa ter todas as informações básicas de que precisa para começar a produzir com qualidade, e seja estimulada a aprofundar seus conhecimentos técnicos com a prática.

Nesse sentido, este livro não tem como objetivo impor uma “forma correta” nem se tornar uma cartilha para fazer podcasts. É, antes de mais nada, um guia, um orientador, uma coletânea de sugestões e caminhos fundamentados na minha própria experiência, que podem ser seguidos de várias maneiras, para que você descubra a sua própria fórmula, o seu próprio jeito de cumprir cada uma das cinco etapas no processo de produção do seu podcast.

Tendo isso em mente, sigamos!



BREVE HISTÓRIA DO PODCAST NO BRASIL E NO MUNDO

Lucio Luiz

Para quem não está acostumado com os diversos “formatos” de distribuição de conteúdo na internet, tudo parece igual. Por isso, quando falamos da “transmissão” de áudio on-line, muita gente tem dificuldade de entender a diferença entre podcasts, audioblogs, webrádios e afins.

Tentando explicar de uma maneira bem simples, podcasts são programas de áudio ou vídeo, cuja principal característica é um formato de distribuição direto e atemporal chamado podcasting. Bom... Pode não ter sido uma explicação tão simples assim.

Melhor voltar um pouco no tempo e observar como tudo isso começou. Quem sabe não fica um pouquinho mais fácil de entender...

ORIGEM

Em 2004, a distribuição de arquivos com “programas de áudio” não era novidade. Eles seguiam a mesma lógica dos programas de rádio, mas eram distribuídos pela internet como arquivos MP3 ou similares. Para um internauta ouvir um desses arquivos, precisava, a cada nova “edição”, acessar o site que o hospedava, fazer o download para seu computador e, só aí, ouvi-lo.

Houve algumas experiências voltadas ao download automático de arquivos de áudio, mas geralmente ligadas a empresas que também eram responsáveis pela geração de conteúdo, buscando lucro direto. Como havia dificuldade de lucrar com o sistema, essas experiências eram deixadas de lado depois de algum tempo.

Com a profusão de aparelhos portáteis reprodutores de arquivos de áudio, notadamente os de formato MP3, surgiram várias novas ideias de como automatizar o acesso ao conteúdo de audioblogs e demais programas de áudio. O método que mais teve sucesso foi a possibilidade desse download ocorrer automaticamente através de programas chamados “agregadores”, utilizando uma tecnologia já empregada para blogs: o RSS (Really Simple Syndication).

Explicando de uma forma bem simples, o RSS é uma maneira de um programa chamado agregador de conteúdo saber que um blog foi atualizado sem que a pessoa precise visitar o site. Ou seja, em vez de o internauta ir até o conteúdo, é o conteúdo que “vai” para o internauta.

Antes, esse sistema funcionava para arquivos de texto, mas, em 2003, Dave Winer criou uma forma de fazer o RSS funcionar também para arquivos de áudio, para que o jornalista Christopher Lyndon pudesse disponibilizar uma série de entrevistas na internet.

Só que isso ainda não era podcast. Ao menos, não como nós entendemos hoje em dia. Só no ano seguinte, em 2004, que ocorreu o “pulo do gato” que passou a diferenciar de vez esse sistema do RSS “normal”: Adam Curry criou, a partir de um script de Kevin Marks, uma forma de transferir esse arquivo de áudio disponibilizado via RSS para o agregador iTunes (que na época era a única forma de “alimentar” de conteúdo os iPods, populares tocadores de mídia da Apple – o iPhone ainda não havia sido lançado).

Esse sistema, chamado de RSStoIPod (um nome não muito criativo, mas que mostra de forma bem clara sua função) foi disponibilizado para que outros programadores o utilizassem livremente, o que fez com que vários outros agregadores passassem a também trazer esse download automatizado de arquivos de áudio.

Essa forma de transmitir dados passou a ser chamada de podcasting (junção do prefixo “pod”, oriundo de iPod, com o sufixo “casting”, originado da expressão “broadcasting”, transmissão pública e massiva de informações). O nome fora sugerido em fevereiro de 2004 por Ben Hammersley, no jornal *The Guardian*¹, para definir a forma de transmissão das entrevistas de Lyndon e

acabou sendo adotado posteriormente para esse novo sistema de transmissão de dados.

Naturalmente, esse sistema não ficou limitado ao iPod, embora fizesse referência direta a seu nome. Porém,

o nome “pegou” e os programas de áudio que começaram a ser distribuídos via podcasting passaram a ser chamados de podcasts.

Em princípio, podcasts também são os programas de vídeo distribuídos dessa forma. Porém, no Brasil, acabou ficando uma certa “separação” informal que classifica os programas de áudio como podcasts e os de vídeo como videocasts.

BRASIL

O Brasil possui uma tradição de adotar o uso de novas mídias de forma efetiva, especialmente as relacionadas à internet. No caso dos podcasts não podia ser diferente, tanto que o primeiro podcast brasileiro surgiu já em 2004.

Sendo mais preciso, foi em 21 de outubro de 2004 que Danilo Medeiros criou o podcast Digital Minds², que surgiu como parte do blog de mesmo nome. Esse não foi o primeiro blog a disponibilizar arquivos de áudio para download, mas o primeiro a fazê-lo através do podcasting.

Em 15 de novembro do mesmo ano, surgiu o Podcast do Gui Leite. Na primeira edição, foi explicada a intenção de se fazer o podcast para testar esse tipo de tecnologia.

Em dezembro de 2004 ainda surgiram os podcasts Perhappiness, de Rodrigo Stulzer, e Código Livre, de Ricardo Macari, em 3 e 13, respectivamente. No ano seguinte, vários outros programas estrearam, muitos inspirados nesses primeiros representantes brasileiros na mídia podcast.

Em 2005 foi organizada a primeira edição da Conferência Brasileira de Podcast (PodCon Brasil), primeiro evento brasileiro dedicado exclusivamente ao assunto, em 2 e 3 de dezembro, em Curitiba, Paraná. O evento foi organizado por Ricardo Macari e

patrocinado pelo podcaster Eddie Silva e pela cervejaria Kaiser. Posteriormente, passou a fazer parte do Fórum de Mídias Digitais e Sociais.

Durante a PodCon 2005, foi organizada a Associação Brasileira de Podcast (ABPod), tendo sido indicado para presidente o podcaster Billy Umbella, mais conhecido como Maestro Billy, aceito por unanimidade.

Contudo, apesar do promissor crescimento da mídia podcast, ainda em 2005, ocorreu o chamado "podfade": o fim de vários podcasts no Brasil e no mundo pelas mais diversas razões. O fenômeno continuou até o início de 2006, adiando projetos como o Prêmio Podcast e novas edições da PodCon.

Em meados de 2006, com poucos remanescentes da "primeira geração" de podcasters ainda publicando, vários novos podcasts surgiram e a mídia voltou a ter um crescimento, especialmente a partir de 2008, quando o Prêmio iBest, então um dos principais prêmios brasileiros voltados à internet, incluiu a categoria "podcast" para julgamento exclusivo por voto popular, tendo como vencedor o Nerdcast³, seguido por Rapaduracast⁴ e Monacast⁵, todos representantes dessa "nova geração" (os dois primeiros surgiram em 2006 e o terceiro, em 2008; sendo que apenas o Monacast não é mais produzido regularmente).

Também em 2008 foi realizada a primeira edição do Prêmio Podcast, organizada por Eddie Silva, sendo a pioneira na premiação exclusiva para podcasts, com várias categorias de votação popular e júri oficial, recebendo grande divulgação nos próprios podcasts. O prêmio teve apenas mais uma edição, no ano seguinte.

PODCASTS BRASILEIROS

Quando os primeiros podcasts brasileiros surgiram, eles se assemelhavam bastante aos norte-americanos, com programas com pouca ou nenhuma edição, lembrando programas ao vivo de rádio.

Depois do “podfade” de 2005, novos programas surgiram inspirados nos programas de rádio voltados para jovens, que aliavam humor, técnica e mixagem de som, produzindo pautas leves e descompromissadas, e trilha e efeitos sonoros que valorizavam a fala dos locutores.

Um dos primeiros a explorar esse formato de produção foi o Nerdcast, surgido em 2 de abril de 2006 com o nome de Nerd Connection, como conteúdo do blog Jovem Nerd, criado em 2002 por Alexandre Ottoni e Deive Pazos.

A popularidade do Nerdcast pode ser medida pelo fato de ser um dos poucos podcasts brasileiros que possuem publicidade paga regular e um modelo de negócios que engloba a venda de produtos (pela loja virtual própria Nerdstore) e regularização como empresa, atingindo um público de 18 a 35 anos, majoritariamente masculino.

O formato básico do Nerdcast, que serviu de base para grande parte dos podcasts brasileiros desde então, é uma conversa informal sobre temas gerais sob o ponto de vista do “nerd”, que pode envolver desde a série cinematográfica *Star Wars* até discussões sobre bolsa de valores, sempre utilizando bastante humor.

Com essa “filosofia de trabalho”, até mesmo os podcasts brasileiros que possuem temas específicos se valem do humor e da edição e mixagem e som para desenvolver os assuntos de cada programa. Na maioria há uma clara preocupação com a edição final, incluindo trilha sonora.

No caso da utilização de música nos podcasts brasileiros, há os que utilizam apenas músicas com direitos autorais livres (copyleft ou creative commons) e os que usam música comercial, sendo que, nesse caso, também há os que as utilizam sem pagamento de direitos autorais (alegando não lucrar com o podcast, embora não haja amparo legal para isso) e os que são associados à ABPod e pagam um valor simbólico para o Ecad (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição).

Sobre a profissionalização dos podcasts, exemplos como o Nerdcast, que se tornam empresas e, portanto, pagam impostos, são ainda raros no Brasil. Grande parte dos podcasters são

originalmente ouvintes que resolvem fazer seus próprios podcasts apenas pela diversão que a prática pode proporcionar.

Por essa mesma razão, são poucos os podcasts que se mantêm regulares por mais de um ano, já que seus produtores os fazem em paralelo às suas atividades profissionais. Os podcasts “pequenos” costumam ganhar dinheiro com banners de publicidade on-line, como Google AdSense, que define a grande importância dada à relação entre blogs e podcasts no Brasil, fazendo com que dificilmente existam podcasts que não possuam um blog como suporte a seus episódios para garantir a inserção de publicidade, já que ainda é muito rara a venda de espaço publicitário nos programas.

Além disso, no Brasil, podcast é praticamente sinônimo de programas de áudio, devido à pouca produção de podcasts em vídeo (não confundir com os programas distribuídos apenas no YouTube, que, por não poderem ser baixados via *feed*, não são videocasts).

Outro ponto a se destacar é a ausência, com poucas exceções, de grandes empresas de mídia produzindo podcasts no Brasil. Muitas vezes até existe a referência a “podcast”, mas costuma ser um programa de áudio sem regularidade que não pode ser baixado por RSS e sequer via download, o que é contrário ao conceito básico de podcasting.

O fato de a maioria dos podcasts brasileiros surgir por iniciativas pessoais e voltada a nichos não valorizados pela “mídia de massa” faz com que dê suporte para o acesso à comunicação de setores que outrora eram marginalizados nesse contexto.

Esse espírito também faz com que a “podosfera” brasileira possua diversas iniciativas de suporte mútuo, inclusive entre programas que poderiam ser considerados como “concorrentes”. É muito comum que podcasters participem de programas de outras pessoas, conversando sobre assuntos variados e fazendo divulgação de seus próprios programas. Essa filosofia de colaboração mútua é tão difundida que mesmo podcasts recém-lançados podem contar com a participação de podcasters já “consagrados” em seus programas e vice-versa.

Importante dizer que, apesar de o Nerdcast ser inspiração para vários podcasts novos, isso não significa que a podosfera brasileira seja uma “cópia” desse programa. Pelo contrário, atualmente há podcasts dos mais diversos formatos, estilos e temas, lidando ou não com humor (em maior ou menor grau) e até com uma “preocupação” não tão grande com a edição de áudio (priorizando, entre outras coisas, o conteúdo ou a agilidade da publicação).

A podosfera brasileira já se tornou suficientemente sólida (do ponto de vista de quantidade e qualidade, embora ainda não de popularidade) a ponto de podermos encontrar programas sobre praticamente todos os temas e, mesmo que existam muitas “cópias” (tanto do Nerdcast quanto de outros programas mais conhecidos), muitos podcasts acabam desenvolvendo uma “cara” própria.

Afinal, é lugar comum dizer que o tempo na internet “corre diferente”. Portanto, uma década de podcast é tempo mais do que suficiente para que saibamos que muita coisa já mudou desde os pioneiros e muita coisa ainda vai mudar a partir de novos programas que estão surgindo e trazendo, aos poucos (bem mais “aos poucos” do que gostaríamos), cada vez mais público para o podcast nacional.

(“Reflexões sobre o Podcast”.
Marsupial Editora, Janeiro de 2014)

1 <www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>. Acesso em: dez. de 2014.

2 <www.digitalminds.com.br/blog/posts/1366>. Acesso em: dez. de 2014.

3 <www.jovemnerd.com.br/nerdcast>. Acesso em: dez. de 2014.

4 <www.rapaduracast.com.br>. Acesso em: dez. de 2014.

5 <www.monalisadepijamas.com.br/category/podcasts>. Acesso em: dez. de 2014.



O RÁDIO QUE NÃO É RÁDIO

Conheci o podcast em 2008 quando, motivado a fazer um curso de dublagem, buscava na internet entrevistas do ator e dublador Guilherme Briggs. Foi assim que ouvi meu primeiro podcast: o “Nerdcast 94 – Max, traga minha capa!”. Naquele momento não poderia imaginar que em alguns anos aquilo daria um novo rumo à minha vida, tanto no pessoal como no profissional. Ô lôco, bicho!

Minha paixão pelo rádio vem desde muito pequeno. Lembro-me de, com 7 ou 8 anos, acordar cedo para ir à escola sentindo o aroma do café preparado pela minha avó, que sempre me acordava junto com o som do velho rádio preto de pilha, onde ela ouvia o sorriso do Eli Corrêa, as histórias policiais do Gil Gomes e as cartas das amigas do Paulo Barboza. Isso depois de ter ouvido os “causos” e as modas de viola no programa do Zé Bétio.

Cresci influenciado por esses comunicadores do rádio e da TV, bem como pelos humoristas e comediantes que me fascinavam com suas imitações e vozes: Silvio Santos, Chico Anysio, Jô Soares, Tatá e Escova, Djalma Jorge, Pardini e Zé Américo eram alguns dos ídolos que inspiravam minha brincadeira preferida: gravar programas de rádio em uma fita cassete, junto com meu amigo Quesa, falando besteira e fazendo imitações. Ainda cedo vislumbrei o sonho de um dia ser radialista e ter um programa de humor no rádio para fazer as pessoas se divertirem.

Mas meu ingresso no rádio se deu tardiamente, aos 30 anos, idade em que geralmente os locutores já estão firmados em suas carreiras, depois de terem passado vários anos trabalhando como folguistas (fazendo as folgas dos locutores titulares) e fazendo horários na madrugada, até conquistarem um horário bacana na emissora. Com tal idade, casado e com dois filhos, seria inviável, para mim, começar a trilhar o caminho do rádio do zero, como um garoto de 17 ou 18 anos que começa a realizar seu sonho. Afinal, eu

tinha uma família pra sustentar. Bati em algumas portas, entreguei alguns pilotos, mas, como não obtive resposta, peguei minha carteira de trabalho com o registro na DRT recém-carimbado, ainda cheirando a tinta, e guardei na gaveta junto com o sonho de trabalhar no rádio. E foi assim, enquanto trabalhava como relações públicas no mundo corporativo, que conheci o podcast.

Aquele Nerdcast desencadeou um processo inexplicável, que me impulsionou a baixar todos os programas publicados até então, para ouvir na sequência. Sinceramente, era melhor e mais engraçado do que qualquer programa de rádio no ar naquele momento. Durante oito meses eu não ouvi outra coisa no carro, no trajeto diário de quase três horas entre casa e trabalho. Comecei gravando os programas em CDs até finalmente comprar um mp3 player automotivo, pra que pudesse ouvir direto do pendrive. Em pouco tempo, havia me tornado o que hoje eu chamo de um "entusiasmado", algo que ocorre quando o sujeito é picado pelo "bichinho podcastal" e, sem perceber, já não ouve outra coisa.

Mas esse processo evolui. A partir do primeiro podcast, o "entusiasmado" conhece e passa a ouvir outros, e outros, e mais outros, e sem notar já está acompanhando quatro, cinco, dez podcasts diferentes. Chega então o momento mais crítico dessa intoxicação: se não parar a tempo, a loucura evolui e o "entusiasmado" *digivolve para* um "entusiasta", estágio perigosíssimo no qual o cidadão começa a pensar: *"cara, como eu gostaria de também fazer o meu próprio podcast"*. Aí não tem mais volta.

Claro que isso aconteceu comigo, e foi nessa fase que, empolgadíssimo, fiz a ligação entre o rádio e o podcast. Por força do (*bom ou mau*) hábito, eu sempre ouvia os podcasts com ouvidos de editor. *"Ah, aqui tem um fade out."*; *"Aqui eles colocaram um efeito mais alto pra esconder a virada da trilha"*; *"Ah, aqui eles cortaram a respiração pra dar mais ritmo ao programa"*. Comigo, pensava: "EU CONSIGO FAZER ISSO, e talvez seja um caminho para concretizar meu sonho de trabalhar com rádio".

Como já tinha um home studio montado, onde gravava meus *freelas* de locução, fiz alguns testes de gravação e edição, convidei

meu amigo Quesa a reviver nossa brincadeira de infância preferida, e assim nasceu o Rádiofobia, na segunda-feira do carnaval de 2009. Nosso primeiro convidado foi Marcos Aguená, o Japa, meu *Padim* no mundo do rádio.

Por 17 programas eu fiz como a maioria faz: grava o "flat" do papo e depois edita, fazendo cortes e emendas e inserindo os elementos sonoros. Mas meu perfeccionismo me obrigava a levar de 15 a 20 horas editando um programa de 90 minutos até ficar redondinho como eu queria. Foi no momento que pensei em parar que uma voz da minha cabeça me deu um esporro e disse: "MAS VOCÊ É RADIALISTA, PORRA! FAÇA AO VIVO!".

Nessa hora eu tive uma epifania: eu percebi que o rádio onde eu sempre quis trabalhar não era o rádio daquele momento, novembro de 2009. O rádio onde eu gostaria de trabalhar era o rádio dos anos 80, que já não existia mais.

Explico: na década de 80, com meus 10, 11 anos de idade eu ainda ouvia rádio, e me divertia a ponto de fazer dele minha brincadeira favorita. Tinha muito humor, muito conteúdo, muito papo. O radialista não era só um locutor, era um comunicador, um maestro que regia seu horário de forma a cativar seu ouvinte. Era divertido, alegre, pra cima. Era algo tão fascinante que me fez querer fazer daquilo o meu ofício, a minha profissão. Estou falando do rádio em geral, AM ou FM.

Mas o rádio em 2009 já não era mais assim. Primeiro, porque ficou cada vez mais complicado ouvir rádio AM, fosse pela dificuldade em sintonizar, pela interferência ou mesmo porque quase ninguém mais tem rádio com banda AM. E no FM o radialista, salvo raras exceções, deixou de ser um comunicador pra ser um cara que fica atrás do microfone pra fazer um testemunhal ou outro entre as músicas previamente programadas por outra pessoa.

A percepção de que o rádio que eu tanto amava de uma certa forma não existia mais mexeu comigo. E já que trabalhar no rádio, da maneira como eu sempre quis, não era mais possível, por que não fazer "o meu rádio, do meu jeito"?

A partir daí, tudo mudou. Refiz a estrutura de gravação do Rádiofobia para poder inserir os elementos sonoros – efeitos, vinhetas e trilhas – em tempo real, durante a gravação, e transmitir via streaming, exatamente como faria se o programa estivesse no ar em uma emissora de rádio! Troquei as longas horas de edição por algumas horas de gravação improvisando, errando e acima de tudo me divertindo com meus amigos e convidados.

Foi por isso que passei a falar que o Rádiofobia é um programa de rádio disfarçado de podcast: porque eu passei a fazer com a dinâmica, a alegria, o espírito do rádio que eu trago comigo desde sempre. Quando eu digo isso, eu não estou diminuindo o rádio, pelo contrário. Eu estou exaltando o podcast como sendo O MEU RÁDIO. *Entende?*

Isso também é resultado das diferenças de característica entre o podcast brasileiro e os podcasts “gringos”. Enquanto lá fora os programas são mais curtos, geralmente feitos por uma só pessoa, com uma produção mais simples e focados no conteúdo, aqui no Brasil os podcasts são mais longos, feitos por grupos de pessoas, com produção mais trabalhada e focados no papo, bem parecidos com programas de rádio AM.

Talvez por isso, uma forma comum de se explicar para alguém que não conhece o podcast (forma essa que muita gente discorda, mas eu concordo plenamente) é dizer que *“podcast é como se fosse um programa de rádio, só que na internet”*. Se observamos bem, apesar de as mídias serem bem diferentes, a linguagem é praticamente a mesma. E mais: no podcast temos liberdade de produção de conteúdo, algo cada vez mais raro no rádio.

Você pode me perguntar se “mídia” não seria a internet, na qual o podcast existe como uma ferramenta de distribuição de conteúdo, mas me atrevo a dizer que não: o podcast já há algum tempo tem se transformado em uma mídia, tanto por quem faz como por quem apoia. Vejamos:

Antigamente (e por “antigamente” aqui me refiro a 2005, 2006), quando alguém queria começar um podcast, não tinha outra opção senão ouvir os que já existiam para se guiar. Os tutoriais de podcast

eram praticamente inexistentes, e os novos podcasters aprendiam tudo na base da tentativa e erro. Era aceito que a qualidade do áudio fosse “ruim”, uma vez que quem se dispõe a fazer podcast não precisa ter necessariamente experiência prévia em gravação e edição.

Mas hoje a situação é bem diferente. Existem tutoriais aos montes, cursos, palestras e até workshops (TICLIN!) sobre produção de podcasts, com dicas que vão da captação do áudio à publicação do programa, passando pela edição, hospedagem, preparação da pauta e etcetera. Com equipamentos de baixo custo e softwares gratuitos, é possível começar um podcast com qualidade profissional já desde o primeiro episódio.

Isso, aliado a características do podcast, tais como disponibilização de conteúdo sob demanda, flexibilidade, portabilidade, interatividade, fidelização e engajamento do ouvinte (que também é um assinante), torna o podcast atraente para que agências apresentem a seus clientes planos de mídia que envolvem anúncio em TV, cinema, rádio, TV por assinatura, jornais, revistas e internet, e dentro desta, o podcast. Assim, é crescente o número de empresas que querem apresentar seus produtos e serviços aos consumidores dessa MÍDIA.

À medida que a audiência do Rádiofobia foi crescendo, fui conhecendo a história e a evolução do podcast no Brasil e no mundo, me relacionando com as pessoas que compõem a chamada “podosfera” brasileira e me envolvendo cada vez mais com esse meio. Os encontros com os colegas podcasters nos eventos de mídias sociais passaram a ser ocasiões ansiosamente esperadas para encontrar pessoalmente as vozes com as quais gravamos o ano todo. Estranhamente, apesar de estarmos pela primeira vez frente a frente, a sensação sempre é a de que somos amigos de longa data.

Uma das coisas mais incríveis em se participar de eventos como a Campus Party ou o YouPix é poder bater papo e trocar ideia com outros podcasters e com nossos ouvintes (*que muitas vezes, e por nossa culpa, já pularam de entusiasmados para entusiastas e não conseguem mais se livrar dessa cachaaça*) e descobrir a imensa

diversidade de temas, formatos e motivos que levam esse bando de desocupados a fazer um podcast. Entendedores entenderão. =)

Existem inúmeras motivações para se começar a fazer um podcast: apresentar um produto ou serviço; falar sobre um tema que se goste, estude ou entenda; criar um canal para o seu *business*; ou simplesmente reunir os amigos para um papo de boteco, estão entre as mais comuns. Mas independente da motivação, observo que TODOS, sem exceção, estão sempre buscando melhorar sua atração e aprimorar sua qualidade para assim ampliar sua audiência e fidelizar ainda mais seus ouvintes. E acredito que seja esse espírito, essa vontade de crescer e se aprimorar a cada programa, que torna o podcast brasileiro tão atraente.

Acho que, por conta do meu fascínio pelo rádio e a identificação natural com o podcast, acabei me envolvendo muito mais do que tinha planejado, a ponto de participar ativamente do “movimento podcastal” atual e me tornar um defensor ferrenho da mídia, de seu potencial e daqueles que se empenham em fazer um trabalho bem-feito, com garra e dedicação.

Mas em determinado momento, passei a viver um empasse entre a “vida podcastal” e o trabalho no mundo corporativo que, no final das contas, era a fonte de renda para manter minha família. E passei a sofrer por isso.

Aqui aproveito para fazer uma *urubuservação*: até hoje, NINGUÉM ficou rico no Brasil fazendo podcast. Não, nem o Jovem Nerd. É sério. Então, se esse é o seu objetivo, aconselho parar agora. Isso, fecha o livro. Tchau, bebê.

Mas se você insiste em continuar lendo, saiba que o podcast pode te dar, sim, uma certa renda, mas acima de tudo pode servir como uma grande vitrine sua e do seu trabalho. Dependendo da forma como você conduz o seu programa, capricha na produção, prepara uma pauta bacana, administra o papo e o ritmo, se esmera na edição, mantém a periodicidade e se empenha na divulgação, seu podcast pode trazer excelentes oportunidades pra você e sua

equipe. Pelo menos foi isso o que aconteceu comigo.
#SOUHUMILDÃO

Felizmente pra mim, aquela picada do bichinho do podcast se espalhou demais, infeccionou e tomou conta das minhas células, a ponto de, como eu disse no primeiro parágrafo deste texto, mudar a minha vida. Eu já não tenho cura.

Quando ouvi aquele Nerdcast 94 em 2008, não poderia imaginar que Alexandre e Deive – Jovem Nerd e Azaghâl – se tornariam meus amigos e um dia ligariam me convidando a assumir a edição do Nerdcast.

Quando convidei meu amigo Qessa para gravarmos aquele primeiro Rádiofobia com o Japa, resgatando nossa brincadeira de infância, não poderia imaginar que um dia deixaria o emprego em uma multinacional e abriria uma empresa especializada em produção e edição de podcasts.

Quando guardei minha carteira de trabalho na gaveta, com o carimbo da DRT ainda cheirando a tinta, frustrado por não ter conseguido entrar no rádio, jamais poderia imaginar que um dia me sentiria plenamente realizado como radialista, trabalhando, feliz, no rádio que não é rádio.

(“Reflexões sobre o Podcast”.
Marsupial Editora, Janeiro de 2014)



DEVO PLANEJAR ANTES DE COMEÇAR?

DEVE!

Ainda que os recursos que temos à mão e a natureza da mídia torne extremamente fácil sair logo de cara ligando um gravador ou microfone pra só depois ver no que isso vai dar, eu aconselho fortemente que você dedique um tempo para planejar seu podcast antes de começar.

Claro que, se você não está nem um pouco preocupado com quem vai te ouvir e quer apenas falar sobre o que tiver vontade com seus amigos, isso não se aplica a você. Se bem que, se fosse esse o caso, você dificilmente perderia seu tempo lendo este livro, certo? =P

Vamos partir do princípio de que você seja um ouvinte de podcast há algum tempo. Ao ler estas páginas, você sem dúvida já foi picado pelo maledeto "bichinho podcastal", ao qual me referi anteriormente, e o que está acontecendo com você neste exato momento é a mutação que o transformará de "entusiasmado" em "entusiasta", aquele que já ouviu tantos podcasts e se identificou tanto com o papo e os assuntos que manifestou uma vontade inexplicável de passar para o outro lado e finalmente se expressar! Ou seja, você QUER SER OUVIDO!

Por isso, antes de começar, é fundamental fazer um planejamento, por mais simples que seja, respondendo a três perguntinhas que irão direcionar posteriormente todo o processo de produção do programa. Vamos a elas!

A primeira pergunta sem dúvida é **POR QUÊ?** Qual é a razão de você querer fazer um podcast? Um novo hobby? Trabalho? Um novo canal de comunicação com seus clientes? Um trabalho de conclusão de curso? Uma vitrine para mostrar seus conhecimentos em

determinada área? Saber claramente a motivação que leva você a começar um podcast será determinante na hora de seguir os cinco passos de que trataremos mais à frente, e essencial para lhe dar novo impulso nos momentos em que pensar em desistir. Ah, sim, esses momentos chegarão, acredite.

A segunda pergunta a se fazer é **COMO?**, e este livro foi elaborado exatamente para ajudar a responder a essa pergunta. Quais são as etapas necessárias para a produção de um podcast, e como você deve se preparar para cumpri-las? Existe algo que você não saiba e precise estudar? Você vai / quer / deve fazer sozinho, ou vai / quer / deve buscar ajuda de outras pessoas, até mesmo contratando alguém para lhe auxiliar em etapas específicas do processo, se necessário?

A terceira pergunta é **PARA QUÊ?** O que você quer alcançar com seu podcast? Momentos de alegria e descontração com os amigos? Enriquecer seu portfólio profissional? Melhorar o atendimento aos seus clientes? Ensinar alguma coisa? Fazer seu marketing pessoal? Ganhar um pouco de dinheiro? Ganhar muito dinheiro? Ficar rico, pedir demissão do emprego, dar um tapa na bunda do chefe, beijar a recepcionista e sair pelado na rua? Dominar o mundo?

Brincadeiras à parte, aqui cabe parênteses apenas para lembrar que NINGUÉM conseguiu ficar rico com podcast nesses primeiros dez anos desde o lançamento do primeiro podcast brasileiro, em outubro de 2004. É verdade que algumas pessoas conseguiram um efetivo sucesso com seus programas e hoje têm uma audiência que chega a centenas de milhares – ou até milhões – de downloads por mês, mas esse fato isolado não é suficiente para a pessoa conseguir sua independência financeira apenas com o podcast.

Quem “vive de podcast” hoje no Brasil ainda tem nele sua principal vitrine, e através dele consegue desenvolver outros negócios que, estes sim, podem levar a um bom resultado, como no caso do Jovem Nerd já citado anteriormente. No entanto, todos os que eu conheço, sem exceção, são pessoas que trabalham mais de dez horas por dia, possuem forte espírito empreendedor, são

extremamente criativas e estão sempre inventando novos meios de expandir seus negócios.

Assim, sinto informar que, se o seu **PARA QUÊ?** foi respondido com uma das três últimas maneiras citadas três parágrafos acima, é grande a chance de você se decepcionar muito rapidamente ao ver que será bastante complicado alcançar esse objetivo. Fecho parênteses.

Se você se permitir parar para pensar e buscar as respostas a essas três perguntas antes de começar seu podcast, saiba que terá feito um planejamento maior do que 90% dos podcasters brasileiros fez antes de começar seus programas. E isso lhe dará a clareza e a certeza necessárias para começar seu processo de produção de forma consciente, sabendo o que quer e com a motivação necessária para alcançar seus objetivos!

Feito isso, chegou a hora de arregaçar as mangas e, finalmente, **COMEÇAR!**



CINCO ETAPAS PARA MONTAR O SEU PODCAST



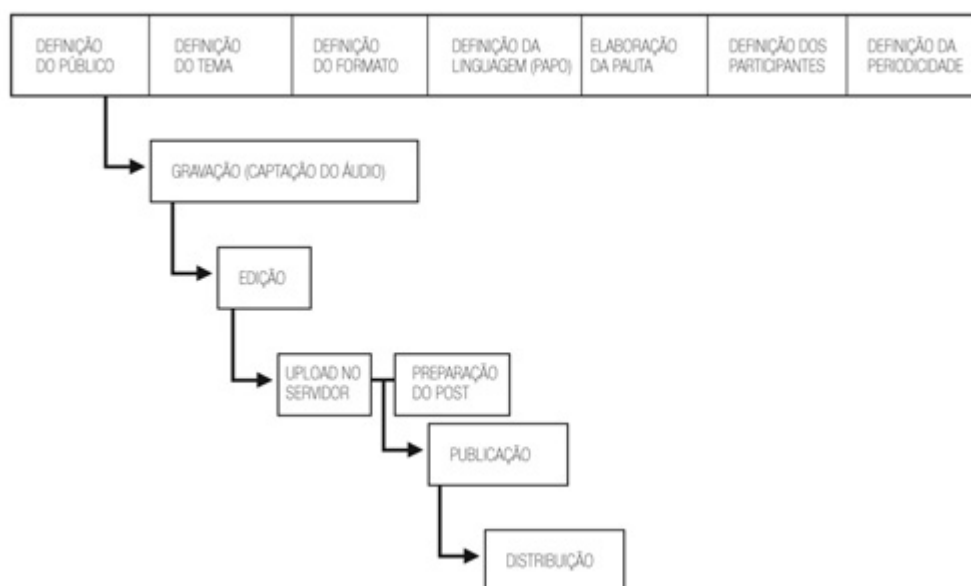
ETAPA I PRODUÇÃO

- Fluxograma de produção de podcasts
- Hospedagem
- Hospedagem gratuita
- Hospedagem paga
- Público
- Tema
- Formato
- Paço
- Participantes
- Pauta
- Periodicidade

Etapa 1: Produção

A etapa de produção engloba alguns pontos básicos para a concepção, criação e futura manutenção do podcast, fundamentos que devem ser pensados antes da publicação do primeiro programa e também depois, no processo de preparação de cada episódio. Neste capítulo vamos falar sobre **hospedagem, público, tema, formato, papo, participantes, pauta** e **periodicidade**.

Antes, porém, vamos analisar um fluxograma básico da produção de um episódio de podcast:



Segundo a **PodPesquisa 2014**¹, os aspectos considerados mais importantes pelos ouvintes na produção de um podcast são: *entretenimento, qualidade do áudio, utilidade do conteúdo, frequência de publicação, facilidade de acesso, locução, músicas e tamanho dos arquivos*, conforme observado na tabela na página ao lado:



Respostas	Valores
Entretenimento	90,41%
Qualidade do áudio	78,46%
Utilidade do conteúdo	76,71%
Frequência de publicação	55,94%
Facilidade de acesso	42,48%
Locução	39,79%
Músicas	17,65%
Tamanho dos arquivos	6,58%

Assim, tendo em mente o que precisa ser feito e quais aspectos devemos levar em consideração, vamos falar sobre cada uma das etapas do processo de produção.

HOSPEDAGEM

Para existir, assim como tudo na internet, seu podcast precisa ser armazenado e publicado em algum lugar. Assim, é preciso escolher

qual modelo de hospedagem e publicação irá utilizar para seu programa.

O mais usado pela podosfera é o sistema de blogs, por vários aspectos: facilidade de customização, uso de plugins que facilitam a manutenção dos *feeds* e a publicação dos programas, simplicidade do uso, etc.

Nesse sistema, cria-se um blog que pode tanto ser usado apenas para o podcast como também para outras postagens, armazena-se os arquivos interna ou externamente e cria-se uma categoria para a publicação dos podcasts.

HOSPEDAGEM GRATUITA

É muito comum podcasts novos começarem usando sistemas gratuitos de hospedagem de blogs, que podem ser utilizados sozinhos ou em conjunto com serviços de hospedagem gratuita de podcasts. Posteriormente, com o crescimento dos acessos e da audiência dos programas, a maioria migra para serviços de hospedagem pagos, que permitem a instalação e o uso das plataformas de blog com maior autonomia e quantidade de recursos.

Alguns exemplos de plataformas de hospedagem gratuita de blogs são:

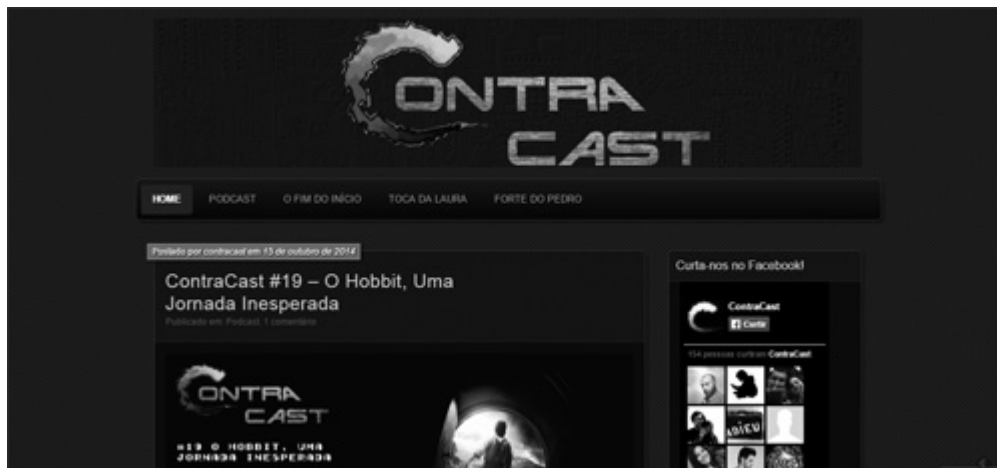
WORDPRESS.COM - [HTTP://WORDPRESS.COM](http://wordpress.com)



Página inicial do Wordpress.com

O Wordpress.com é uma plataforma para hospedagem de sites que usa a versão padrão do CMS² Wordpress. Em sua versão gratuita, você consegue um subdomínio personalizado, todas as funções básicas para publicação de áudios e uma biblioteca de layouts com milhares de opções.

A desvantagem do Wordpress.com é a impossibilidade de instalar plugins e modificação do código-fonte. Isso limita muito o serviço.



Exemplo de podcast publicado na plataforma Wordpress.com

BLOGGER - WWW.BLOGGER.COM



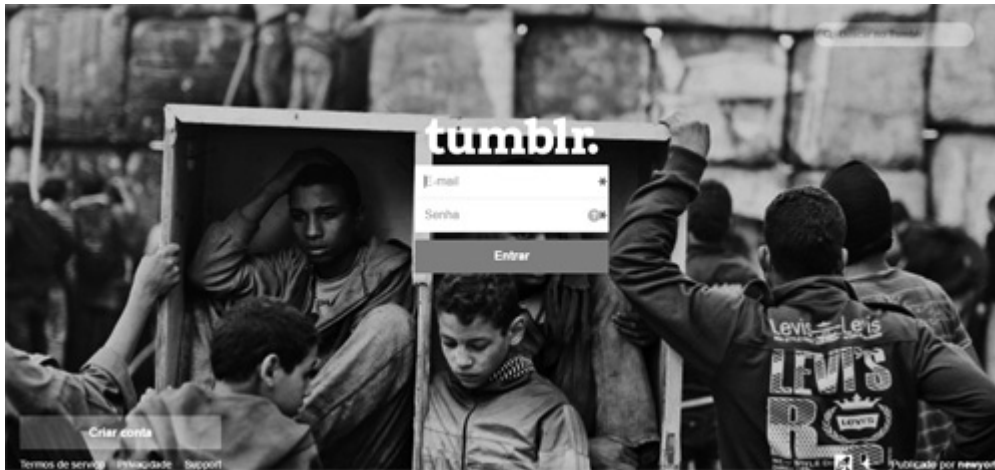
Painel de administração do Blogger

O Blogger é a plataforma de blogs do Google. Dentre as plataformas gratuitas, o Blogger é a que dá mais liberdade de desenvolvimento. Para publicação de podcasts também não há dificuldade, basta fazer algumas modificações simples.



Exemplo de podcast publicado na plataforma Blogger

TUMBLR - WWW.TUMBLR.COM



Página inicial do Tumblr

O Tumblr é geralmente usado para postagem de imagens, mas muitas pessoas já estão publicando podcasts nessa plataforma. Assim como o Blogger, o Tumblr permite a customização completa através de suas configurações. A publicação é igualmente simples, necessitando apenas de poucas modificações.



Exemplo de podcast publicado na plataforma Tumblr

A seguir, alguns serviços de hospedagem gratuita de podcasts:

PODCAST GARDEN - WWW.PODCASTGARDEN.COM



Página inicial do Podcast Garden

No Podcast Garden você encontra um serviço gratuito especializado em podcasts. Ele possui um painel intuitivo e simples de usar. Seu lado positivo é não ter limites de download e o fornecimento de um *feed* automático a partir de seus arquivos hospedados, porém seu lado negativo é a alteração do nome do arquivo. Isso, para aqueles que baixam diretamente no site, é um problema.

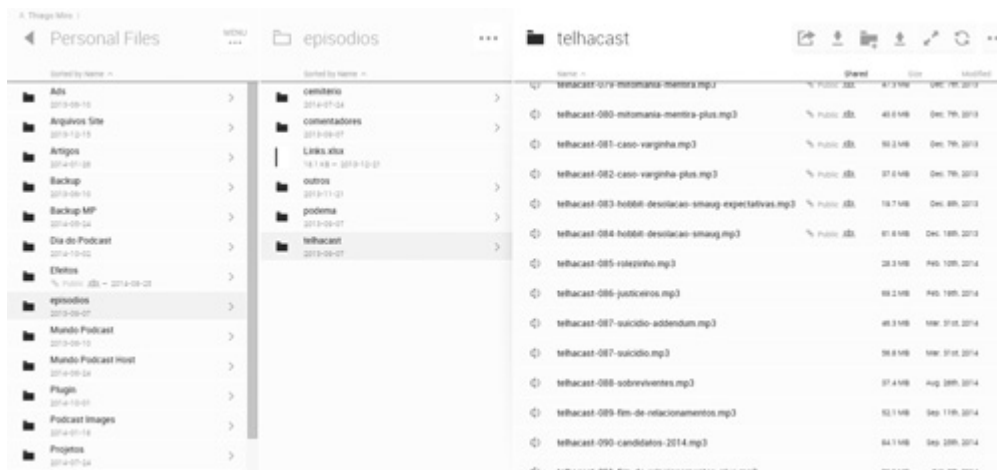
INTERNET ARCHIVE - HTTPS://ARCHIVE.ORG



Página inicial do Internet Archive

O Internet Archive é o maior arquivo da internet no mundo, que armazena praticamente tudo o que está on-line para guardá-lo na história da web. Neste serviço é possível criar uma conta grátis e armazenar qualquer tipo de arquivo e conseguir um link direto, inclusive arquivos mp3.

COPY.COM - WWW.COPY.COM



Página de administração do Copy.com

O Copy.com é um serviço de compartilhamento que serve bem aos serviços de pod-cast. Em sua versão gratuita, você recebe 15GB para armazenar arquivos, suficiente para mais de 300 episódios de 50MB.

Com o Copy você consegue facilmente um link direto para usar o arquivo no seu site e no seu *feed*.

HOSPEDAGEM PAGA

É cada vez maior a quantidade de podcasts novos que já começam suas atividades utilizando serviços de hospedagem pagos, por uma série de fatores: baixo custo (principalmente em servidores compartilhados), possibilidade de usar um domínio próprio, total controle dos arquivos armazenados, estabilidade dos serviços, etc.

A contratação de um serviço de hospedagem pago permite ainda o desenvolvimento de um CMS próprio, assim como a instalação de gerenciadores de conteúdo consagrados como Joomla e Wordpress.

Um ponto que merece atenção é que muitos serviços de hospedagem privados oferecem “espaço e banda ilimitados”. Coloco aqui entre aspas porque na verdade isso não existe. Se o seu site ou blog ocupar muito espaço e se os downloads dos seus programas passarem a consumir muita banda, tenha certeza de que em algum momento você será contatado pelo suporte do serviço, que recomendará um upgrade no plano contratado ou a migração para um VPS ou servidor dedicado.

Apresentamos aqui alguns dos serviços de hospedagem pagos mais utilizados no Brasil atualmente:

HOSTGATOR – [HTTP://HOSTGATOR.COM.BR](http://hostgator.com.br)

A Hostgator é uma empresa americana de hospedagem de sites com filial no Brasil. Atualmente este é o serviço de hospedagem privada mais usado do mundo, sendo também bastante recomendado por seus usuários.

A Hostgator possui planos que iniciam em R\$ 10 ao mês para pagamentos trienais. Seus “espaço e banda de tráfego são ilimitados”, porém possuem limites quanto ao recurso das máquinas.



Página inicial do Hostgator

EULER - WWW.EULER.ETI.BR/

A Euler é uma empresa brasileira de hospedagem de sites especializada em Wordpress e podcasts. Este serviço possui suporte via telefone, e-mail e Skype.

Os planos se iniciam em R\$ 22,50 mensais, com limites de tráfego e armazenamento pré-definidos, iniciando-se em 100GB e 10GB, respectivamente.



Página inicial do Euler

INNOVAHOST - [HTTPS://INNOVAHOST.COM.BR/](https://INNOVAHOST.COM.BR/)

Hospedagem para sites comuns em Wordpress que fornece "banda ilimitada".

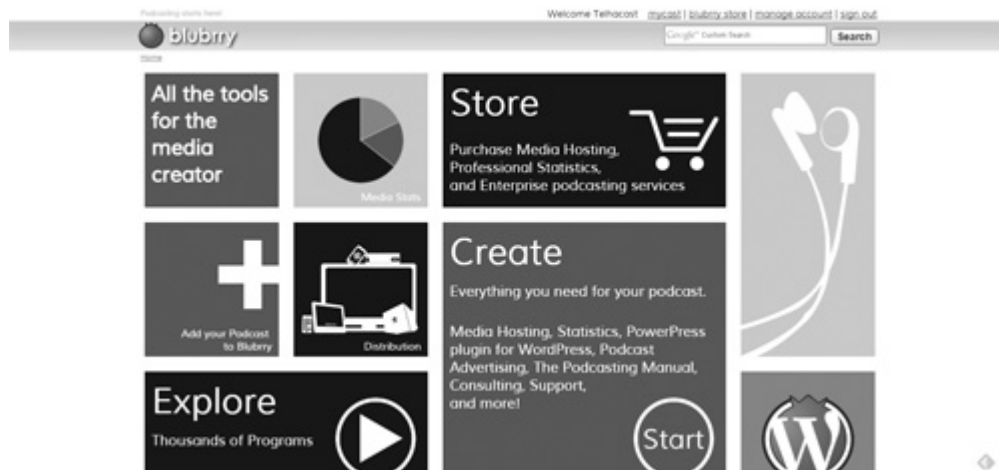
Na InnovaHost os preços se iniciam em R\$ 15 mensais, com espaço inicial de 10GB para armazenamento.



Página inicial do InnovaHost

A hospedagem em serviço pago pode ser utilizada para uma solução completa de armazenamento tanto do site/blog quanto dos arquivos MP3 do podcast. Contudo, é cada vez mais comum o uso de hospedagens separadas, de forma que o fluxo de requisições e downloads dos episódios não impacte na estabilidade do site, principalmente, quando o serviço contratado é de hospedagem compartilhada com outros clientes do serviço. O armazenamento dividido pode ser também uma boa opção para fugir do alto custo de VPSs e servidores dedicados.

No caso de armazenamento dividido, pode-se utilizar tanto os serviços de hospedagem de podcasts gratuitos citados anteriormente como contratar serviços de hospedagem de podcasts pagos. Abaixo listamos os quatro serviços mais utilizados atualmente:



Página inicial do Blubrry

BLUBRRY HOSTING - WWW.BLUBRRY.COM/

O Blubrry é uma comunidade social de podcasts que conecta produtores de podcast, anunciantes e todos que estão à procura de um grande conteúdo produzido de forma independente.

Seu serviço de hospedagem é um dos melhores do mercado, além de possuir um excelente e detalhado sistema de estatísticas. Os planos se iniciam em U\$ 12 mensais pra armazenamento de 100MB, variando até U\$ 80 para armazenamento de 1TB, renováveis no dia 1º de cada mês. O Blubrry não impõe limites de transferência. Outra grande vantagem do serviço é sua total integração com o plugin do Blubrry PowerPress, o melhor plugin disponível atualmente e o único com tradução para português do Brasil.

PODOMATIC - WWW.PODOMATIC.COM/

O Podomatic é um dos muitos serviços que se dispõem a hospedar arquivos MP3 para serem disponibilizados tanto para download quanto para streaming.

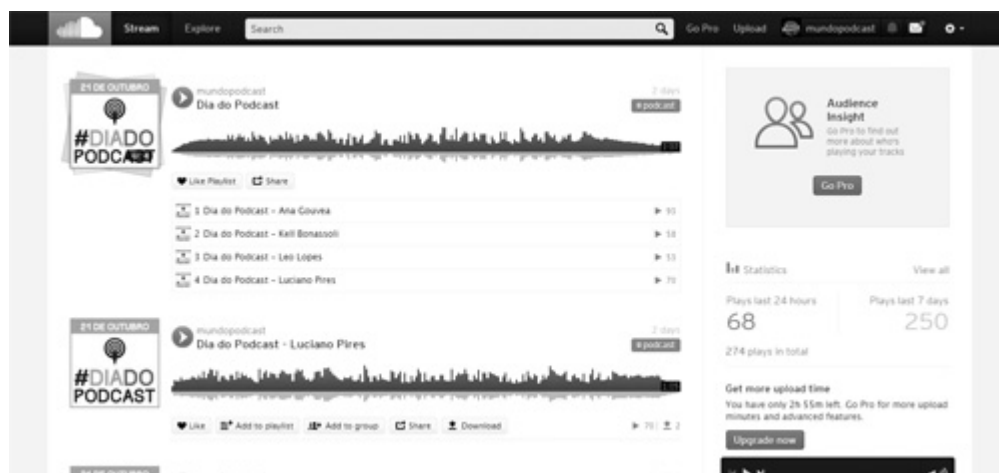


Página inicial do Podomatic

O Podomatic conta, em sua versão gratuita, com apenas 500MB de espaço para upload e somente 15GB de tráfegos mensais. Em suas versões "Pro" são disponibilizados espaços que variam de 2GB a 5GB e limites de tráfego entre 100GB e 500GB.

SOUNDCLOUD - [HTTPS://SOUNDCLOUD.COM](https://soundcloud.com)

O Soundcloud é uma plataforma de publicação de áudio que permite aos criadores fazerem o upload e publicarem seus arquivos.



Página inicial do Soundcloud

Há pouco tempo foi criado também suporte para podcasters. No entanto, a política de uso do Soundcloud deixa claro que o serviço

não deve ser utilizado para episódios com músicas de fundo, ou seja, o Soundcloud é voltado apenas para podcasts de voz.

LIBSYN - www.libsyn.com/

O Libsyn oferece um serviço semelhante ao do Blubrry, porém um pouco mais barato. Seus planos se iniciam em U\$ 5 mensais, com disponibilidade de 50MB de upload no mesmo período.

O Libsyn também possui seu próprio sistema de estatísticas.



Página inicial do Libsyn

PÚBLICO

É recomendável que você produza o seu podcast pensando em quem você quer alcançar, quem serão as pessoas que você gostaria que ouvissem o seu programa, e preparar seu conteúdo com foco nesse objetivo. Ainda que outras pessoas com perfil diferente venham a ouvi-lo, a definição do seu público tem influência direta sobre a forma de conduzir o seu programa e como você se comunica com ele.

Dentro na internet, o podcast ainda pode ser considerado uma mídia segmentada, de nicho, consumida por grupos de pessoas que conhecem a ferramenta. Mas existem também os nichos dentro do próprio podcast, formados pelas pessoas que se interessam por

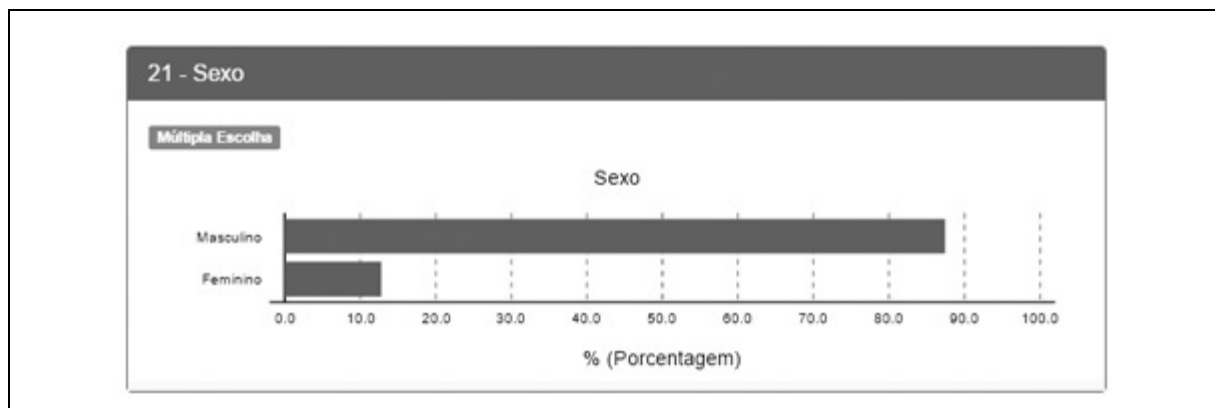
determinado tema, como cultura nerd, cinema, gastronomia e tecnologia, entre outros.

Na prática, é improvável - ainda que seja possível que uma senhora de meiaidade que acompanhe regularmente um podcast sobre gastronomia e receitas venha a se interessar pelo seu podcast falando sobre histórias engraçadas dos seus amigos de faculdade.

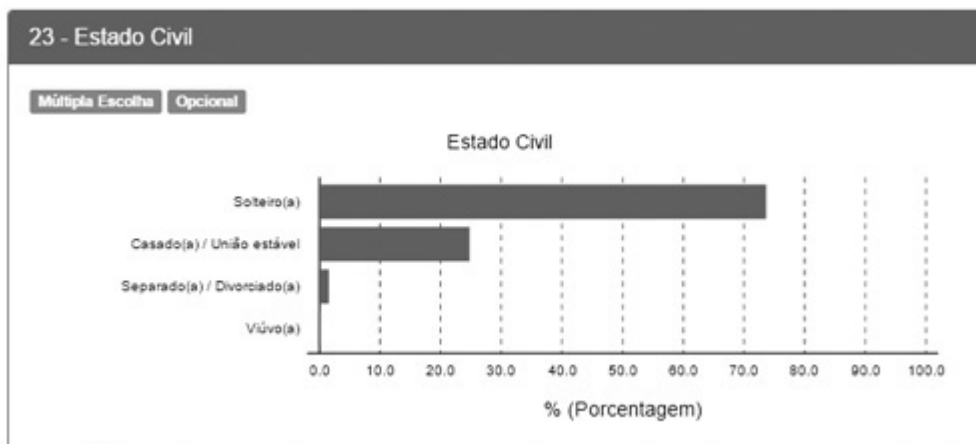
Nesse sentido, e objetivando a consolidação e o crescimento do seu podcast, é mais efetivo escolher um público específico, um perfil de ouvinte que se encaixe naquilo que você pretende fazer, e com isso planejar todos os aspectos de produção visando esse público, como por exemplo a definição da pauta e a escolha dos participantes.

Os resultados da **PodPesquisa 2014** traçam o perfil médio do ouvinte de podcast brasileiro como sendo do sexo masculino, com 25 anos, solteiro e de nível universitário, que trabalha na área de tecnologia.

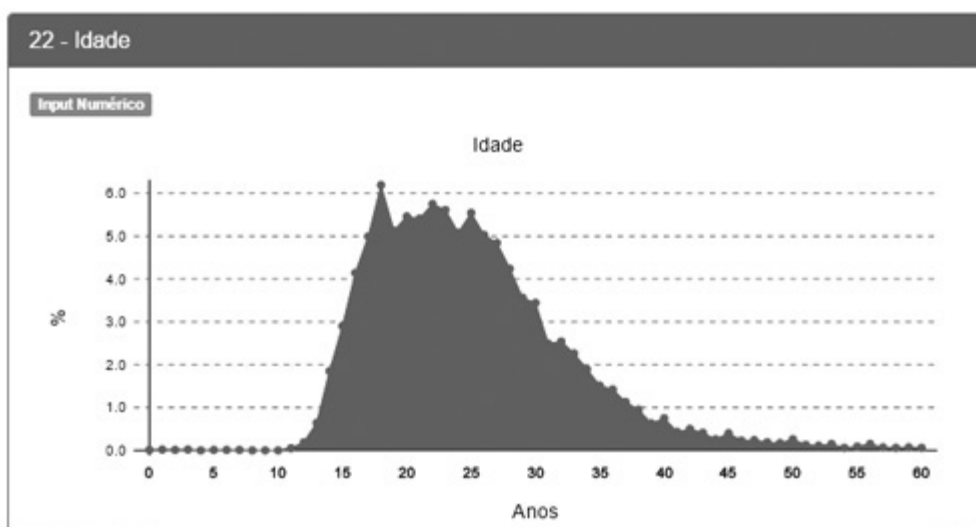
A definição do público está diretamente ligada à escolha do *tema, do formato e da linguagem* do seu podcast.



Respostas	Valores
Masculino	87,31%
Feminino	12,69%

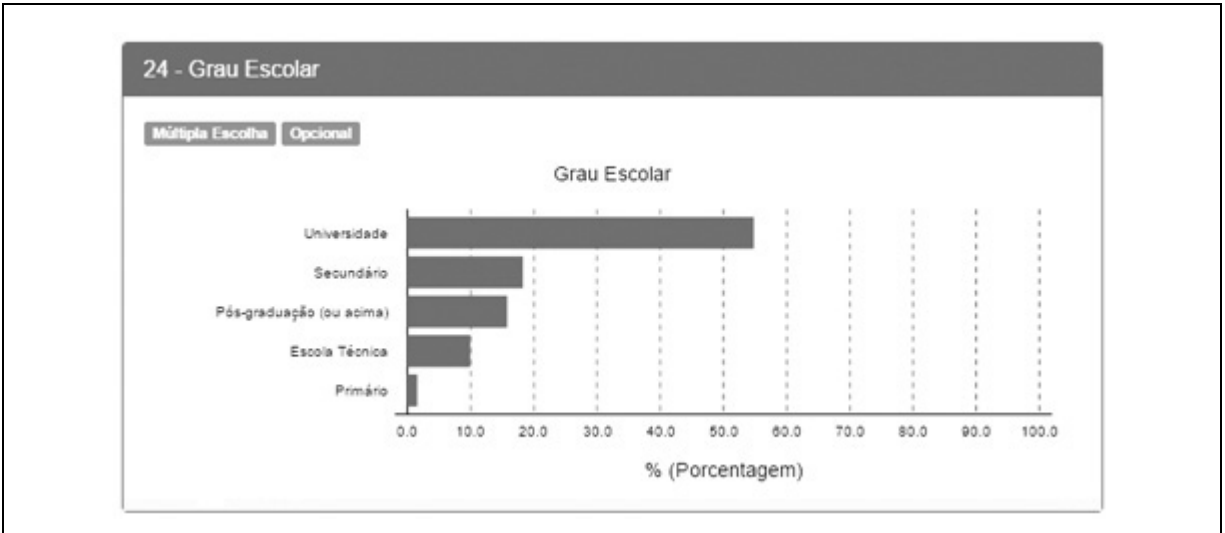


Respostas	Valores
Solteiro(a)	73,54%
Casado(a) / União estável	24,66%
Separado(a) / Divorciado(a)	1,43%
Viúvo(a)	0,14%
Não responderam	0,24%



Observação: Os resultados acima de 60 anos foram cortados do gráfico por não serem visualmente significativos, mas foram considerados na contagem da média.

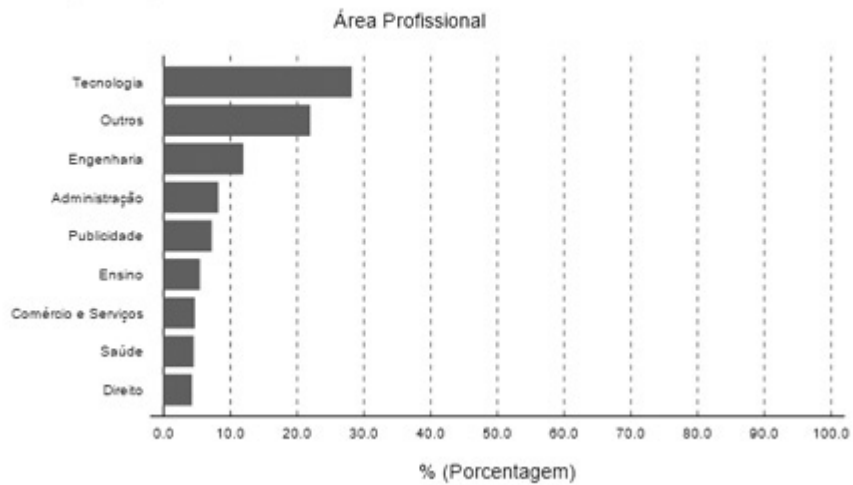
Respostas	Valores
Média de Idade	25,09



Respostas	Valores
Universidade	54,67%
Secundário	18,15%
Pós-graduação (ou acima)	15,63%
Escola Técnica	9,82%
Primário	1,40%
Não Responderam	0,33%

25 - Área Profissional

Múltipla Escolha Opcional



Respostas

Valores

Tecnologia

28,05%

Outros

21,84%

Engenharia

11,82%

Administração

8,07%

Publicidade

7,12%

Ensino

5,32%

Comércio e Serviços

4,57%

Saúde

4,42%

Direito

4,14%

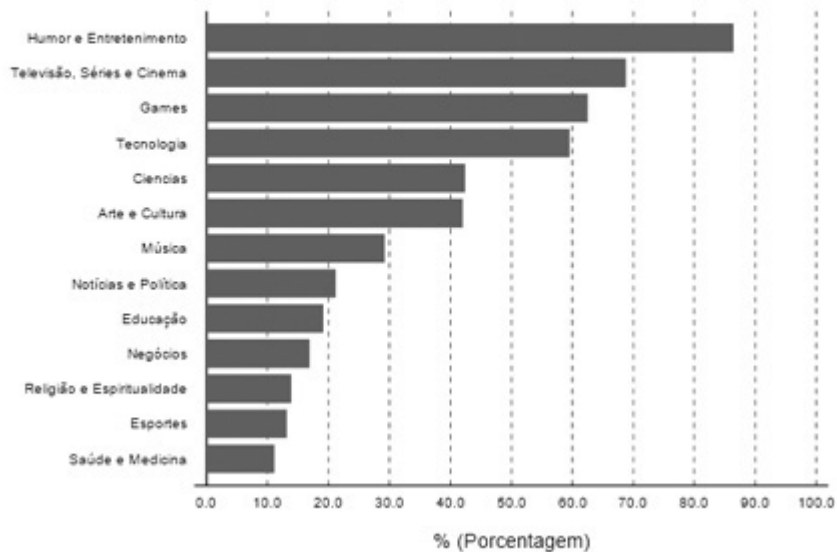
Não Responderam

4,64%

12 - Que tipo(s) de Podcasts você escuta?

Múltipla Escolha Múltiplas Respostas

Distribuição por Temas



Respostas

Valores

Humor e Entretenimento	86,30%
Televisão, Séries e Cinema	68,66%
Games	62,42%
Tecnologia	59,44%
Ciências	42,27%
Arte e Cultura	41,92%
Música	29,11%
Notícias e Política	21,05%
Educação	19,03%
Negócios	16,79%
Religião e Espiritualidade	13,77%
Esportes	13,03%

Saúde e Medicina	10,99%
------------------	--------

TEMA

Observe a tabela ao lado, que mostra os resultados para a pergunta de múltipla escolha "*Que tipo(s) de podcast você escuta?*", com foco no tema:

Agora compare com a tabela da página a seguir, que mostra quais temas os ouvintes acreditam que sejam explorados em excesso.

Embora seja grande o número de pod-casts que exploram os mesmos temas, metade dos ouvintes acredita que nenhum deles é explorado em excesso, e os temas mais ouvidos são humor e entretenimento, televisão, séries e cinema, games e tecnologia.

Esses resultados vêm de encontro à opinião de alguns que acreditam que alguns temas, como cultura nerd/geek, cinema e tecnologia, já sejam explorados em excesso, mostrando que há SIM espaço para novos pod-casts com os mesmos temas de programas já existentes.

Eu defendo que sempre teremos espaço para qualquer um falar sobre qualquer coisa, ainda mais havendo uma infinidade de temas pouquíssimo explorados, entre eles educação e saúde, como pode ser observado acima.

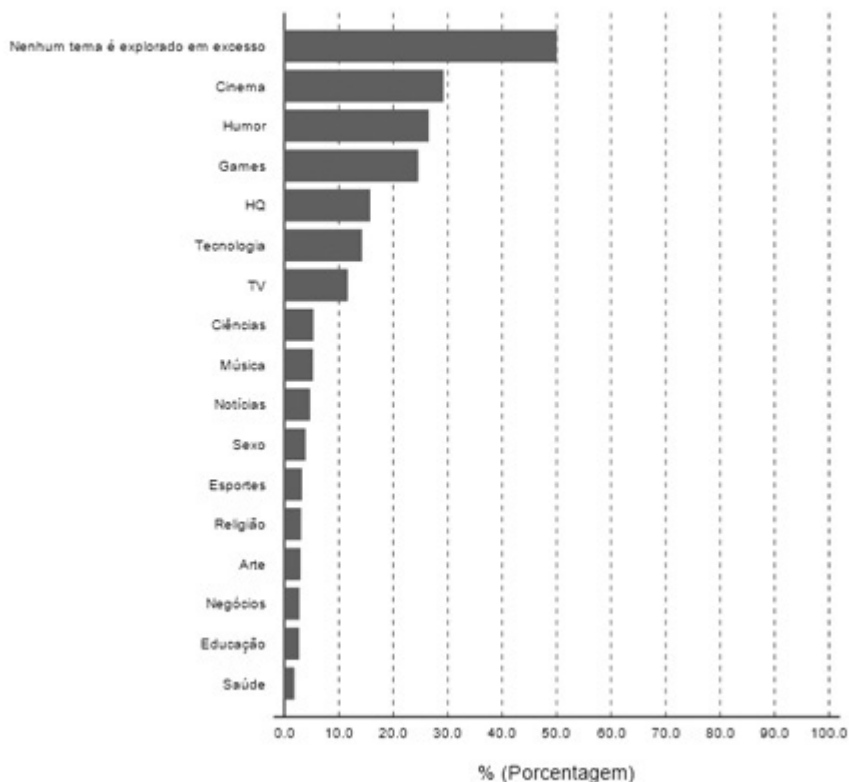
Assim, não se acanhe caso resolva falar sobre um tema que já é considerado "batido". Se houver preocupação com a qualidade do programa, criatividade e originalidade na abordagem dos assuntos, tenho certeza de que você e sua equipe serão capazes de acrescentar seus pontos de vista, conquistar sua audiência e ganhar seu espaço na podosfera.

Lembre-se apenas de que as definições do público e do tema estão diretamente conectadas e influenciarão também o formato e a linguagem do podcast, sobre os quais falaremos a seguir.

17 - Entre os temas abaixo, quais você acha que são explorados em excesso nos Podcasts?

Múltipla Escolha Múltiplas Respostas

Distribuição por Temas



Respostas	Valores
Nenhum tema é explorado em excesso	49,93%
Cinema	29,08%
Humor	26,40%
Games	24,46%
HQ	15,64%
Tecnologia	14,16%
TV	11,49%
Ciências	5,24%

Música	5,13%
Notícias	4,59%
Sexo	3,77%
Esportes	3,13%
Religião	2,96%
Arte	2,84%
Negócios	2,67%
Educação	2,57%
Saúde	1,72%

FORMATO

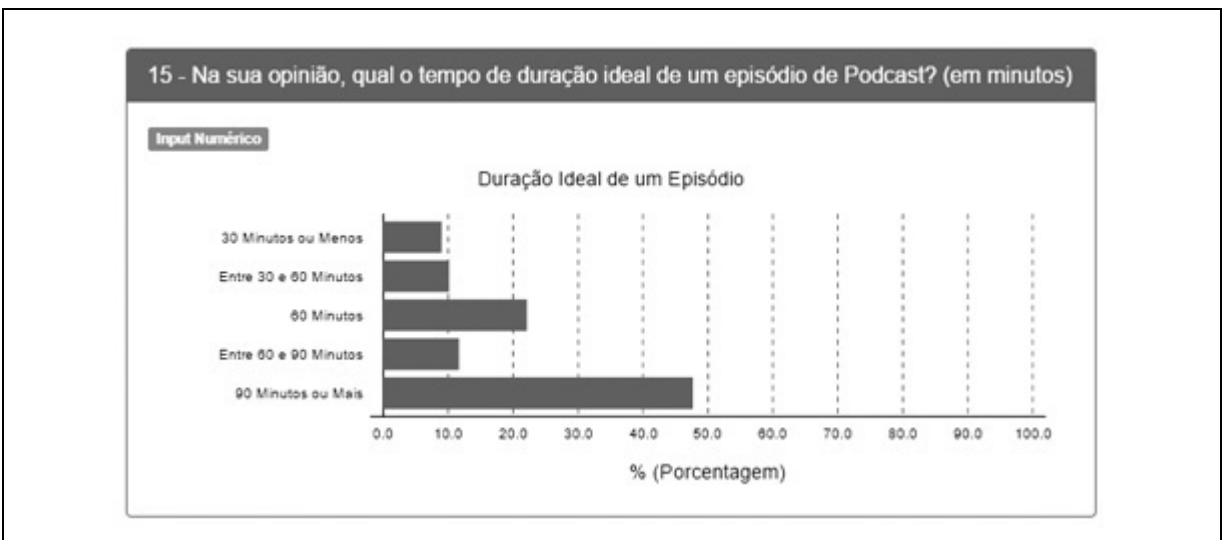
Talvez por influência de programas como o Nerdcast e o Rapaduracast, que estão no ar há mais tempo e servem de referência para muitos que estão começando, grande parte dos mais de 700 podcasts brasileiros em atividade (conforme dados obtidos pela PodPesquisa 2014) adota o formato de papo entre amigos, também chamado muitas vezes de “papo de boteco” ou “mesa de bar”: um grupo de amigos que se reúne para falar sobre determinado tema, com foco mais nas histórias e nos “causos” do que no conteúdo em si. Fala-se o que quiser sobre o tema definido: games, quadrinhos, séries de TV, cinema, super-heróis, gastronomia, cerveja, etc. Certamente existem variações, mais muitos podcasts são considerados parecidos, ou até mesmo rotulados como “cópias” de outros programas, exatamente pelo uso desse mesmo modelo, que também por isso é rotulado como sendo o formato padrão do podcast brasileiro, embora não exista um “formato padrão”.

Assim, antes de optar pelo “papo entre amigos” logo de cara, recomendo fazer a si mesmo a seguinte pergunta: “Quem vai se interessar pelos casos engraçados vividos por mim e meus amigos?”. Se a resposta for coerente com o público e tema escolhidos, vá em

frente. Se não for, busque outro modelo que seja mais adequado para o que você está se propondo a fazer: programas de entrevistas; resenhas e análises de livros, filmes, jogos, etc; dramatizações e conversas acadêmicas são alguns exemplos de formatos que ainda podem ser bastante explorados.

Programas como o *Café Brasil*, produzido e apresentado por Luciano Pires; o *Escreva Café*, de Christian Gurtner; o *Rádiofobia Classics* e o *Alô Técnica*⁵, produzidos por mim; a série *Top 10*, do Ultrageek⁶, apresentado por Tato Tarcan e Professor Maury, entre outros, são exemplos de programas que adotam um modelo diferente do “papo de bar”, coerente com seu público e com o tema propostos, e buscam utilizar linguagens igualmente apropriadas.

Dentro do formato existe ainda a duração de um programa. Veja o que pensam os ouvintes de podcast brasileiros com relação a isso, conforme resultados da PodPesquisa 2014:



Respostas	Valores
30 Minutos ou Menos	8,85%
Entre 30 e 60 Minutos	10,03%
60 Minutos	22,02%
Entre 60 e 90 Minutos	11,56%
90 Minutos ou Mais	47,55%

Respostas	Valores
Média em Minutos	77,27

Tendo em vista que pouco menos da metade dos ouvintes preferem programas com 90 minutos ou mais, vale a pena pensar bastante na relação entre formato e duração, procurando evitar que isso resulte em um programa enfadonho e cansativo para sua audiência.

PAPO

O papo é o resultado da soma de dois fatores: *linguagem e dinâmica dos participantes*.

Nesse momento da produção do seu programa, em que você já definiu quem será seu público, qual será o tema e que formato irá adotar, é hora de pensar em uma linguagem que seja coerente com tudo o que você escolheu.

Se optar, por exemplo, pelo papo de boteco, o mais comum é que a linguagem seja amigável e coloquial, sem muito freio ou restrições aos participantes, favorecendo a naturalidade, indispensável para criar empatia com o público que ouve esse tipo de programa; caso opte por um programa de entrevistas, ele poderá tanto ter uma linguagem informal quanto uma mais séria, dependendo do público e do tema que você escolheu; um podcast sobre receitas pode ser bem-humorado, mas a linguagem deve favorecer a parte didática do conteúdo; já um programa de contos infantis pode ser feito tanto usando a linguagem do narrador como a dos personagens, fazendo uso de vozes e dramatizações.

Um bom exercício é se colocar no lugar do seu público e se perguntar: “De que forma eu gostaria que falassem comigo?”. Claro que um podcaster pode produzir o seu programa sem pensar no público, simplesmente falando o que e do jeito que quiser, e quem

quiser ouvir, que ouça. No entanto, o público percebe quando há um esmero dos produtores nesse sentido, e o reflexo disso pode ser observado no aumento e na fidelização da audiência. A interatividade com o público através de e-mails, redes sociais e comentários no blog / site também contribuem para isso.

Outro aspecto importante do papo é a dinâmica dos participantes. É extremamente frustrante começar a ouvir um novo podcast e perceber que seus integrantes pecam pela falta de interação, pelas falas enroscadas, pela perda de raciocínio, pelo silêncio. Por mais livre de regras que possa ser a produção de um podcast, é inegável que o ritmo do papo é essencial para prender a atenção do público, já que se trata de uma atração em áudio. Claro que é possível corrigir falhas e espaço entre as falas, os chamados "brancos", no processo de edição, mas nem o melhor dos editores consegue colocar palavras na boca de um participante calado e apático, que não participa da conversa.

Assim, é recomendável que os integrantes do programa conversem e definam uma dinâmica para o papo, que combine com o formato escolhido para o programa, permita desenvolver bem o tema do podcast e seja interessante para o público.

PARTICIPANTES

A escolha dos participantes é fundamental para definir a identidade de um podcast, assim como o público, o tema, o formato e o papo. Isso se aplica tanto aos integrantes fixos do programa como também aos convidados eventuais.

Entre os participantes de um podcast estão a equipe fixa - o *casting* do podcast - e os convidados. Os integrantes da equipe fixa geralmente compartilham alguma afinidade entre si ou com o tema do programa, sendo comum a reunião de amigos de infância, colegas de faculdade ou de trabalho, participantes do mesmo fórum, de blogs, etc.

É muito comum os podcasters escolherem um de seus integrantes para atuar como *host* (apresentador principal), mas é possível também que duas ou mais pessoas desempenhem essa função, juntas ou intercaladas, no mesmo programa ou em programas diferentes, ou que até mesmo não haja a figura do *host* e que todos tenham o mesmo papel na condução do programa.

No entanto, a existência de um *host* pode facilitar muito o processo de gravação, já que ele pode assumir o papel de condutor da pauta, ficando atento para os momentos em que há dispersão do assunto, "puxando" assim os participantes de volta para o tema. O *host* de um programa pode ser tanto aquele que tem mais conhecimento sobre o tema do podcast como o que tem mais desenvoltura para apresentar, ou ainda o que tem maior intimidade com os demais participantes. O *host* acaba muitas vezes sendo também a "cara" do programa junto aos ouvintes e demais podcasters.

Além do *host*, outro papel bastante comum nos podcasts é o do "contraponto" ou "escada", aquele integrante que pode fazer um tipo "do contra", pra apimentar o papo, ou ainda dar as deixas para outros participantes inserirem comentários, piadas, observações, etc.

Mais exemplos de "papéis" comumente assumidos pelos integrantes são o "especialista", o "malandrão", o "ingênuo", o "ranzinza", o "taradão", o "velho gagá", o "pegador", entre outros. É interessante notar como muitos podcasts brasileiros no formato "papo entre amigos" acabam adotando também essa prática de criar "personagens", o que talvez se explique pelas diferentes características dos participantes e a clara influência de programas como o Nerdcast.

O importante, acima de tudo, é buscar sempre uma sinergia bacana entre os participantes e procurar incorporar no podcast as melhores características de cada integrante.

É interessante notar que, à medida que o podcast evolui, os integrantes vão aos poucos desenvolvendo uma maior afinidade e sensibilidade que ajuda bastante, principalmente durante a gravação, aprendendo a distinguir os momentos de falar e de

pausar, ajustando o timing de suas participações ao papo e à condução do *host*.

A formação de uma equipe não é, entretanto, obrigatória. Certa vez um aluno de um de meus workshops de produção, que tem um podcast sobre jogos antigos, disse estar com dificuldades para encontrar pessoas que quisessem fazer o programa com ele e que queria uma dica para convencer os amigos. Respondi que uma boa opção seria continuar a fazer sozinho.

Ele poderia continuar “caçando” integrantes para o seu podcast, claro, mas é bem melhor fazer um programa sozinho sobre algo de que se goste do que com participantes que nada tenham a acrescentar ao assunto, ou que não tenham empatia com você e estejam lá simplesmente para fazer número. Um programa solo pode ser tão ou mais interessante que um programa com sete ou oito pessoas.

Contudo, é preciso uma certa experiência para conduzir um programa sozinho e não se tornar mais um “SonoCast” ou “PodDormir”, daqueles que fazem o ouvinte cochilar nos primeiros cinco minutos.

Caso opte por apresentar seu podcast sozinho, procure referências, escute e estude bastante, observando como o apresentador conduz a atração, buscando descobrir o que prende a sua atenção nesse formato de programa para depois tentar implementar essas características também no seu podcast.

PAUTA

Nada é tão necessário nem tão flexível no processo de produção de um podcast quanto a pauta, que é a relação dos assuntos que serão abordados durante a gravação de um podcast. Assim, é indispensável haver uma, pois sem ela corre-se o risco de começar a gravar sem ter a menor ideia do que falar no programa, o que pode ser uma armadilha até mesmo para aqueles que são muito bons no improviso.

No entanto, a pauta não tem formato definido. Alguns exemplos de pauta:

- pode ser uma lauda detalhada, em tamanho A4, com fonte Arial 12 e espaçamento entre linhas de 1,5, salva no Google Docs e compartilhada entre todos os participantes, que fizeram colaborativamente uma pesquisa minuciosa sobre o tema a ser abordado no programa;
- uma relação de tópicos em uma página, com lembretes sobre os pontos a serem abordados no programa, compartilhado com todos no momento da gravação;
- um simples rascunho em um bloco de papel feito por algum participante;
- ideias organizadas na cabeça de alguém.

O tipo de pauta depende do formato e do tema do podcast. Programas técnicos ou históricos geralmente demandam grande quantidade de informações e, portanto, pautas mais trabalhadas, redigidas à medida que se faz uma pesquisa e um resumo sobre o assunto em questão.

Alguns programas como o *Café Brasil* ou o *Rádiofobia Classics*, por exemplo, são 100% roteirizados, e suas pautas contêm cada palavra que será dita pelos apresentadores durante a gravação, seguindo o modelo utilizado no rádio. Nesse formato, o improviso quase não existe.

O extremo oposto são os programas cujos temas têm como base as experiências pessoais dos participantes ou conjeturas sobre qualquer assunto. Nesses casos, o comum é haver apenas uma relação de tópicos sobre o que será abordado na gravação, ou até mesmo nenhuma, deixando que o papo corra solto e favorecendo o improviso. Não é raro a gravação durar várias horas e haver vários momentos de dispersão do assunto, o que geralmente é ajustado posteriormente, no processo de edição.

Em resumo, além da pauta ser útil para organizar as informações, ela ajuda também a controlar o tempo de gravação,

mantendo o foco no tema e evitando dispersões que provavelmente seriam cortadas depois.

Experimente começar abrindo um documento em branco, rabiscando suas ideias e compartilhando com sua equipe. Com o tempo, o processo de elaboração da pauta tomará forma naturalmente, conforme a identidade do seu podcast.

PERIODICIDADE

O que diferencia um podcast de qualquer outra atração em áudio na internet é o fato de ele poder ser assinado e recebido automaticamente através do *feed*. Ou seja, o ouvinte é, antes de tudo, um assinante: ele opta por receber as atualizações do seu programa no seu agregador preferido, tão logo um novo episódio seja publicado. Mesmo aqueles que não usam *feed* e fazem download direto no site se programam através da frequência de publicação de cada podcast.

Assim, a definição da periodicidade do podcast é a primeira manifestação de consideração e respeito de um produtor de conteúdo para com seu público. Além disso, definir a frequência de publicação dos programas é essencial para que todo o processo de produção abordado até aqui seja aplicado na preparação de cada episódio: definir o tema, escolher os participantes e preparar a pauta.

Na PodPesquisa 2014, foi perguntado: "*Com que frequência um podcast deveria ser publicado?*". Os resultados foram:



Respostas	Valores
Semanal	85,21%
Quinzenal	6,32%
Indiferente	4,54%
Diário	3,56%
Mensal	0,37%



Observação: Os resultados acima de 30 horas foram cortados do gráfico por não serem visualmente significativos, mas foram

considerados na contagem da média.

Respostas	Valores
Média	8,08

Perguntou-se também: "*Quantas horas por semana você ouve pod-casts?*", e os resultados estão refletidos na tabela ao lado.

Em resumo, o ouvinte médio de podcast no Brasil prefere programas semanais, os quais ouve por oito horas em média toda semana.

Quem já produz podcasts há algum tempo sabe que não é fácil manter a periodicidade definida, ainda mais se considerarmos que o podcast é, para a maioria dos produtores, um hobby, algo que se faz no tempo livre. É claro que nada impede que um podcast seja publicado somente "quando der tempo" ou "de vez em nunca", mas mesmo os podcasters que têm essa dificuldade compartilham do desejo de querer publicar com maior frequência, sendo os que mais sentem a cobrança do público por novos episódios.

Seja qual for o seu caso, não se esqueça que sem seu público, um podcast não tem razão de existir. Faça uma relação de todo o processo de produção, marcando o tempo que leva para concluir cada uma das etapas, e a partir daí procure se esforçar para definir uma periodicidade que consiga cumprir.

Uma vez tendo definido todos os aspectos da produção *hospedagem*, público, *tema*, *formato*, *papo*, *participantes*, *pauta* e *periodicidade* - você está pronto para começar a gravar o seu podcast!

1 Pesquisa nacional realizada entre 1º/2 e 30/4/2014, que contou com 16.797 respostas válidas em um questionário de 27 perguntas abordando comportamento, preferências e demografia, com o objetivo de atualizar o perfil do ouvinte brasileiro de podcasts. Os resultados são públicos e estão disponíveis no site <www.podpesquisa.com.br>. Acesso em: dez. de 2014.

2 Content Management System (Sistema de Gerenciamento de Conteúdo).

3 <www.podcastcafebrasil.com.br>. Acesso em: dez. de 2014.

4 <www.escribacafe.com>. Acesso em: dez. de 2014.

5 <www.radiofobia.com.br>. Acesso em: dez. de 2014.

6 <www.redegeek.com.br>. Acesso em: dez. de 2014.



CINCO ETAPAS PARA MONTAR O SEU PODCAST



ETAPA 2.

GRAVAÇÃO

- Ambiente
- Equipamento e hardware
- Software
- Volume
- Tipos e formatos de áudio digital
- WAV
- MP3
- MP3

Etapa 2: Gravação

A gravação - ou captação - é uma das etapas mais importantes do processo de produção de um podcast, uma vez que se trata de uma atração em áudio.

Ainda que a maioria dos podcasts brasileiros tenha caráter “caseiro” e seja um hobby para seus produtores, isso não significa que o áudio de um podcast possa ser ruim. Até pode, mas não deve, como se observa nos resultados da pergunta “Qual aspecto você considera importante em um podcast?”, feita na PodPesquisa 2014.



Respostas	Valores
Entretenimento	90,41%
Qualidade do áudio	78,46%
Utilidade do conteúdo	76,71%
Frequência de Publicação	55,94%
Facilidade de acesso	42,48%

Locução	39,79%
Músicas	17,65%
Tamanho dos arquivos	6,58%

Depois do óbvio caráter de *entretenimento* dos podcasts, a *qualidade do áudio* é o aspecto considerado mais importante, seguido da *utilidade do conteúdo* e da *frequência de publicação*.

Tenha em mente que quanto melhor for a qualidade da gravação, melhor será o resultado do programa quando finalizado. Infelizmente, devido à falta de conhecimento técnico, muitos podcasters ainda negligenciam a captação do áudio dos seus programas, acreditando ser possível melhorar o áudio depois. Claro que existem muitos plugins e filtros que podem ajudar nisso, como compressores e redutores de ruído, mas não há nenhum que substitua a qualidade de um áudio bem captado. Quanto mais você se dedicar para conseguir uma captação limpa, menor será seu trabalho depois.

Existem basicamente três tipos de gravação possíveis:

- *Gravação presencial*: todos os participantes estão juntos em um mesmo ambiente.
- *Gravação remota*: todos os participantes estão em ambientes separados, sendo necessária a utilização de um aplicativo de conferência.
- *Gravação híbrida*: alguns participantes estão juntos e outros não, sendo necessário um setup que mescle os dois formatos anteriores.

Independente do formato escolhido, a qualidade do áudio é resultado da combinação de vários fatores. Neste livro, vamos falar sobre aqueles mais relevantes ao podcast: *ambiente*, *equipamento*, *hardware* e *software*.

AMBIENTE

O primeiro aspecto a ser levado em consideração para uma boa captação de áudio é o ambiente. Não por acaso, os estúdios de gravação profissionais possuem isolamento e revestimento acústico adequados. Para podcasts, o ideal seria gravar pelo menos em um cômodo isolado, preferencialmente pequeno e com pouca reverberação (eco). Entretanto, como a maioria dos podcasters grava em sua própria casa (e mais raramente em outros locais, como trabalho, escola ou em eventos), isso geralmente não é possível. O que fazer, então?

Na falta de um cômodo onde você consiga gravar sozinho e sem interrupções, procure um local que reúna a maior quantidade entre as características listadas abaixo:

- Cômodo pequeno
- Piso de madeira ou com tapete
- Paredes revestidas (cortinas, quadros, estante com livros, etc.)
- Livre de ruído (televisão, crianças, cachorro, telefone, ventilador, ar condicionado, etc.)
- Longe da janela
- Com pouca reverberação (eco)

Evite a todo custo ambientes abertos, como varanda ou quintal, que dispersam o som e estão mais suscetíveis a ruídos que fogem ao seu controle.

EQUIPAMENTO E HARDWARE

Dependendo do formato de gravação escolhido para seu podcast, é possível produzir com uma qualidade aceitável investindo razoavelmente pouco em equipamento e hardware.

Independentemente do formato, três equipamentos são essenciais: *computador, microfone e fones de ouvido*.

O computador é de longe o que tem a maior quantidade de configurações: plataforma, processador, memória RAM, armazenamento, placa de som, placa de vídeo, enfim, são inúmeros componentes e infinitas combinações.

Para gravações presenciais (e também quando se grava sozinho), o uso de um gravador pode substituir o computador, no entanto, ele será necessário para todas as outras etapas do processo, desde a produção do podcast até sua edição e posterior publicação e divulgação. Assim, o computador é o primeiro equipamento essencial.

No caso da gravação remota, a configuração mais simples necessita, além do computador, de um headset (equipamento que une microfone e fone de ouvido). Os headsets analógicos possuem dois conectores P2 (para conectar na entrada de microfone e na saída de fones da placa de som), e os digitais têm um conector USB.

Um headset USB bastante utilizado na podosfera brasileira é o Microsoft LifeChat LX-3000. Além de fones com bom isolamento, ele tem boa qualidade sonora e preço acessível, sendo compatível com todas as plataformas.



Microsoft LifeChat LX-3000

Uma vantagem dos headsets USB é que, ao serem instalados, criam novos dispositivos de entrada e saída de áudio, não dependendo, portanto, da placa de som do computador. Isso é bastante útil principalmente para uso em notebooks, cujas placas de som *onboard* geralmente não têm uma qualidade de áudio muito boa, salvo exceções.

Um upgrade possível dessa configuração seria a substituição do headset USB por um microfone USB e um fone de ouvido de melhor qualidade.

Dois exemplos de microfones USB bastante usados para podcast são o Blue Yeti e o Samson C01U.



Blue Yeti

Entre os equipamentos, talvez os fones de ouvido sejam os mais difíceis de escolher, tamanha a variedade de marcas e modelos disponíveis, que vão desde os modelos intra-auriculares mais simples até avançados monitores de estúdio. Na hora de escolher, leve em conta a qualidade sonora e o conforto, já que provavelmente passará muitas horas com eles durante suas gravações e edições.

Ainda sobre fones de ouvido, recomendo criar o hábito de gravar sempre monitorando também sua própria voz, e não apenas as dos demais participantes, tanto presencial quanto remotamente. Essa prática, por mais difícil que possa parecer no início, já que não estamos acostumados a nos ouvir através de fones, permite o acompanhamento de tudo o que está sendo captado, possibilitando

fazer pausas, retomar trechos que ficaram “sujos” por eventuais ruídos, controlar a distância entre boca e microfone, regular os volumes, etc, resultando em uma melhor qualidade de captação.



Samson C01U

Nas gravações presenciais ou híbridas, além do equipamento para captar os participantes remotos, é necessário também captar aqueles que estão no mesmo ambiente. A maneira mais fácil de se fazer isso é utilizando um mixer (mesa de som) e microfones individuais para cada participante, mas também existem outras configurações possíveis, como o uso de um microfone omni direcional que permita gravar todos os que estiverem à sua volta, com a desvantagem de captar também os sons do ambiente.

Entre os mixers mais usados para gravação de podcasts estão os da linha Xenyx, da fabricante alemã Behringer, geralmente compactos, com baixo custo e possibilidade de conexão via interface

USB, que facilita bastante sua operação, mesmo por aqueles que não têm muita experiência com equipamentos de áudio.

O uso de um mixer requer também microfones para cada participante. Quanto aos elementos geradores (cápsulas de captação), os microfones podem ser dinâmicos ou condensadores.



Mixer Xenyx X1204USB

Os microfones dinâmicos são mais versáteis e podem ser usados em diferentes situações, tanto em ambientes externos quanto em locais mais silenciosos. Geralmente exigem um nível de ganho (sensibilidade de captação) maior, precisando ser bem regulados para não gerar ruído.

Já os microfones condensadores são mais indicados para uso em locais com menor incidência de ruídos, sendo geralmente usados em ambientes acusticamente preparados, como estúdios. Também necessitam de alimentação auxiliar (phantom power), portanto,

antes de comprar um, tenha certeza de que seu mixer possui essa função. É necessário também o uso de cabos XLR balanceados.

Outra diferença entre microfones que deve ser levada em consideração é o padrão, ou propriedade direcional, que diferencia com que facilidade o som é captado das várias direções. Os mais comuns são os direcionais e os omnidirecionais.

Microfones direcionais são especialmente projetados para responder melhor a sons que vêm pela frente (e por trás, no caso dos bidirecionais), tendendo a rejeitar sons que chegam de outras direções. Entre os microfones direcionais mais comuns estão os cardioides (cujo padrão lembra o formato de um coração, daí o nome), e os bidirecionais. Microfones direcionais podem eliminar ruídos indesejáveis, diminuir os efeitos da reverberação (eco) e exigir menos volume na captação.

Já os microfones omnidirecionais captam o som de todas as direções de maneira praticamente igual. Geralmente resistem mais ao ruído de vento, a ruídos mecânicos ou de movimento do que os direcionais. Também são menos suscetíveis aos sons causados pelos ataques vocais de consoantes explosivas como P, B e T.

Uma alternativa bastante usada pelos pod-casters brasileiros para substituir o mixer nas gravações presenciais é o uso de gravadores como o Tascam DR-40, o Zoom H4n ou o Zoom H6, extremamente práticos e portáteis. Com esse tipo de equipamento, além dos microfones embutidos, é possível conectar até seis microfones auxiliares (no caso do Zoom H6 com cápsula de conectores XLR adicionais) e gravar toda a conversa diretamente em um cartão SD, mixado ou em faixas separadas. É possível também utilizar os aparelhos como interfaces USB, para conectar todos os participantes em uma mesma conferência.



Zoom H6 com cápsula de paradas.

Além do uso como gravadores, esses equipamentos podem ser utilizados como microfones USB e até mixers, fazendo deles objeto de desejo de muitos produtores de podcast.

SOFTWARE

Como podemos captar o áudio de gravações remotas em que cada participante está em um local diferente?

Para usuários de PC, caso a placa de som do seu computador possua a função Stereo Mix (ou "gravar o que você ouve") ativada,

será possível captar todos os sons reproduzidos pelo computador em qualquer software de gravação, como o Audacity, por exemplo, um aplicativo gratuito bastante usado tanto para captação quanto para edição de podcasts. Para isso, basta selecionar a placa de som configurada com esse recurso como fonte de entrada de áudio. Embora essa configuração dispense o uso de equipamentos e softwares auxiliares, tem a desvantagem de gravar todos os sons em uma única faixa mixada, o que exige uma atenção maior na configuração dos níveis de captação de cada participante. Isso pode ser um problema em ambientes com alta incidência de ruídos, já que a captação em uma única faixa mixada diminui bastante a possibilidade de eliminar sons indesejados na edição.



Exemplo de uso do Audacity para captação em uma faixa mixada

Outra forma possível - ainda que mais trabalhosa - é pedir para que cada participante grave apenas o seu próprio áudio durante a conversa e envie posteriormente para o editor, que se encarregará de sincronizar todas as faixas e editar cada uma delas. Na verdade, captar cada áudio separadamente é o método mais usado por profissionais de áudio, uma vez que cada faixa pode ser devidamente tratada e trabalhada. No entanto, a qualidade do equipamento e das gravações varia muito entre os participantes, sendo na sua maioria de qualidade média para inferior, fazendo com

que tal zelo dificilmente seja percebido pelo ouvinte na qualidade final do áudio do podcast.

Alguns podcasters brasileiros têm recorrido à gravação via Google Hangout e posterior extração do áudio do YouTube, mas esse método é o menos recomendado para quem quer cap-tar sua conversa com boa qualidade, já que o som é “estragado” pela compressão.

O método mais comum ainda envolve o uso do Skype como ferramenta de conferência e a gravação através de softwares que fazem uso da API do Skype para captar as vozes. Tal sistema gera um arquivo estéreo, geralmente .MP3 ou .WAV, em que o áudio do host fica em um canal e o dos demais participantes em outro, direito ou esquerdo. Ou seja, as vozes ficam em “ouvidos separados” dentro do mesmo arquivo, sendo necessário separar os canais em dois arquivos MONO posteriormente, utilizando um editor de áudio.

Abaixo estão alguns dos softwares de captura de áudio do Skype mais usados:

MP3 SKYPE RECORDER

voipcallrecording.com/

O MP3 Skype Recorder é uma ferramenta automática gratuita de gravação de chamadas Skype para Windows.



Captura de áudio do Skype com o MP3 Skype Recorder

IFREE SKYPE RECORDER

www.ifree-recorder.com/

O iFree Skype Recorder é um aplicativo leve, gratuito e fácil de usar.

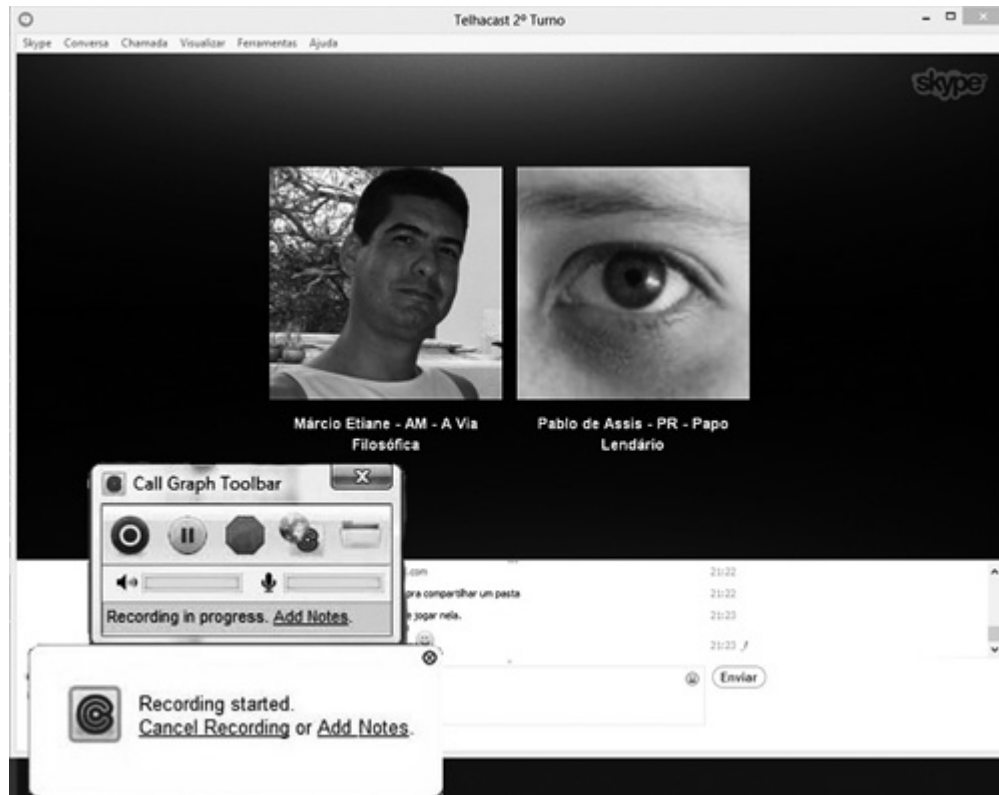


Captura de áudio do Skype com o iFree Skype Recorder

CALLGRAPH

<http://call-graph.soft112.com/>

O CallGraph é um aplicativo gratuito de gravação de chamadas simples para Skype. Ele registra automaticamente as suas chamadas em um arquivo mp3 e permite gerenciá-los. Os registros de chamadas são etiquetados com o nome do seu contato e podem ser pesquisados utilizando tags.

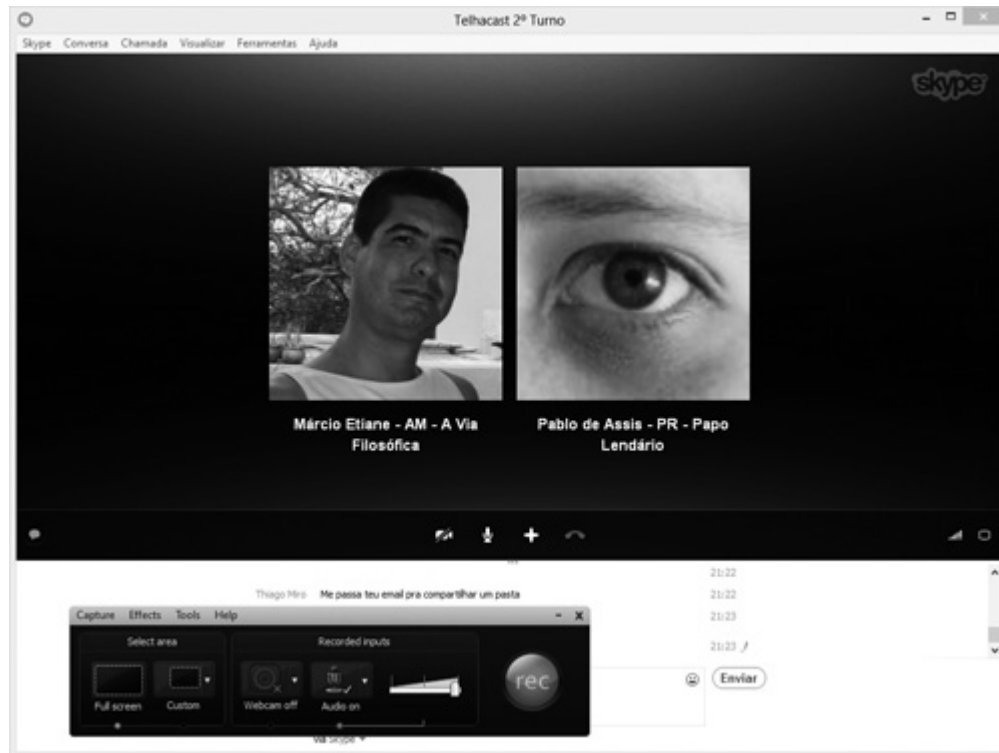


Captura de áudio do Skype com o CallGraph

CAMTASIA STUDIO

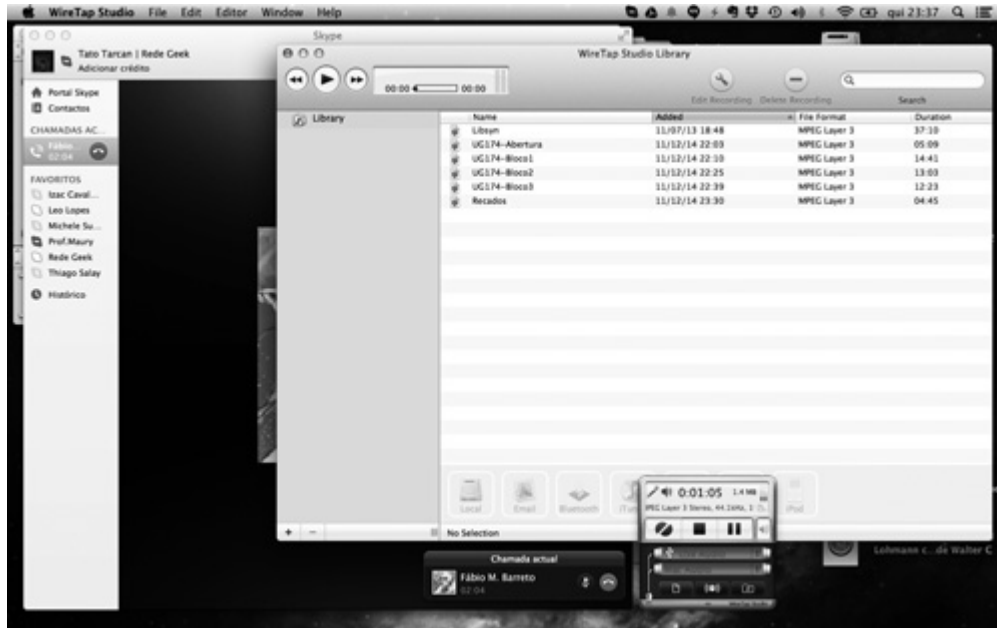
www.techsmith.com/camtasia.html

O Camtasia Studio é um aplicativo pago que fornece ferramentas para capturar a atividade na tela, editar e compartilhar em alta qualidade. Apesar de essencialmente gravar vídeos da área de trabalho, é possível usar o áudio captado, incluindo o do Skype, para seu podcast.



Captura de áudio do Skype com o Camtasia Studio

Para usuários Mac, uma excelente opção é o **WiRetap Studio**, da Ambrosia Software (www.ambrosiasw.com/utilities/wiretap/), um aplicativo de captura de áudio que permite gravar todos os sons do sistema, assim como qualquer som que estiver sendo reproduzido por qualquer entrada de áudio ou microfone. Depois de gravados, os áudios podem ser organizados em uma biblioteca de gravações e também editados no editor integrado ao aplicativo, permitindo a conversão de formatos, aplicação de efeitos e plugins, etc.



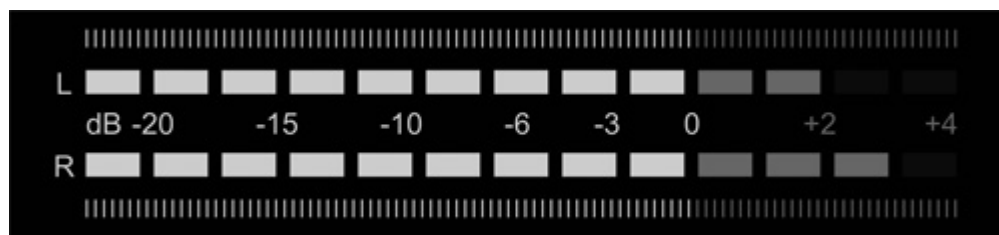
Interface do WireTap Studio

Como resultado da captação temos um ou mais arquivos de áudio digital que pode ser de vários tipos e formatos diferentes.

VOLUME

Um dos erros mais frequentes cometidos na hora de captar o áudio de um podcast está no ajuste errado do volume. Para ajustar o volume corretamente, não confie apenas nos seus ouvidos. Lembre-se de que o volume que você ouve pode não ser necessariamente o da gravação, mas sim o volume dos fones que você está usando para monitorar a captação!

Todo software de gravação possui um *VU meter*, um medidor de volume que mostra em um gráfico a variação do som em decibels. É nele que você deve verificar o volume exato da captação!



Exemplo de VU meter

Vale a pena gastar alguns minutos antes da gravação conferindo e ajustando individualmente o volume de cada participante, seja presencialmente ou via Skype.

Gravações em volume muito alto ficam naturalmente estouradas e, mesmo conseguindo nivelar depois com uso de filtro, nunca fica perfeito. Por outro lado, gravações muito baixas exigem um aumento posterior de volume, o que fará com que todo o ruído do ambiente (o chamado *noise floor*) seja aumentado junto com a voz. Lembre-se do que o Billy disse no prefácio: "*Shit in, Shit out*".

O nível médio para uma boa captação varia entre -6 e -3 decibels. Para facilitar, os medidores digitais têm o mesmo sistema de cores que os semáforos. Então, em níveis aceitáveis, o gráfico ainda estará verde. Acima de -3 dB geralmente a cor muda para amarelo (atenção!), e acima de 0 dB fica vermelho (perigo!).

Mesmo tomando todos os cuidados com o volume de gravação, quase sempre há diferença nos níveis dos participantes. Nesses casos, um aplicativo bastante utilizado pelos podcasters para nivelar o volume dos arquivos de voz é o The Levelator⁷. Apesar de não ser atualizado desde 2012, o programa é gratuito e ainda está disponível para download para as plataformas Windows, Mac e Linux.



Interface do The Levelator

Esse aplicativo pode ser usado para nivelar volumes apenas de arquivos de voz não comprimidos, em formato **WAV** ou **AIFF**. O resultado é quase sempre satisfatório, pois ele equilibra os volumes das várias vozes presentes em uma gravação, mas pode apresentar chiados caso algumas vozes tenham sido gravadas em volume muito baixo e com ruído ambiente.

Para nivelar um arquivo, basta arrastá-lo com o mouse para cima do aplicativo. Ele iniciará instantaneamente o processo e criará um arquivo na mesma pasta do original, com nome idêntico e o complemento **.output** antes da extensão.

TIPOS E FORMATOS DE ÁUDIO DIGITAL

Antes de explicar os tipos e formatos, vamos entender um pouco a origem do áudio digital, que começou com o surgimento do PCM (Pulse Code Modulation) - ou Modulação por Código de Pulsos - ainda na década de 1930, como uma forma de representar sinais analógicos de maneira digital, ou seja, traduzir o sinal armazenado em mídias físicas, como vinil ou fita magnética, em ondas representadas em intervalos regulares.

Assim como um vídeo, que é na verdade uma sequência de imagens estáticas, a amplitude ou extensão de uma onda sonora

digitalizada não é constante. A digitalização envolve basicamente dois parâmetros: taxa de amostra (*sample rate*) e profundidade de bit (*bit depth*). A taxa de amostra indica a quantidade de vezes em que a amplitude de uma onda é medida, e a profundidade de bit indica o número de bits em cada amostragem. É a variação desses parâmetros que indica a fidelidade do áudio com relação à gravação original.

Foi o PCM que deu origem às diferentes maneiras de digitalizar o áudio. A Sony e a Philips desenvolveram a tecnologia e criaram na década de 1970 o CD (compact disc), que tem 44.100 amostras por segundo (44.1 KHz) e amplitude de 16 bits. A título de exemplo, o PCM com 8 KHz de amostragem e 8 bits de resolução é utilizado no sistema telefônico.

Os formatos digitais de áudio podem ser divididos basicamente em dois tipos: **não comprimidos** e **comprimidos**. Os **não comprimidos** garantem uma qualidade máxima, pois não modificam nenhum bit do áudio original. Por outro lado, exigem bastante espaço. Por exemplo, um arquivo não comprimido com 10 minutos de gravação tem o mesmo tamanho que um arquivo não comprimido com 10 minutos de silêncio, já que nesse caso o “não dado” também constitui um bit de dado. Dois exemplos de formatos não comprimidos são **WAV** e **AIFF**.

WAV

WAV é a sigla para *Waveform Audio File Format*, um formato que foi desenvolvido em conjunto pela Microsoft e IBM para armazenamento de áudio em PCs. É baseado em PCM e, por não “sacrificar” nenhum bit dos dados originais, exige bastante espaço, ocupando em média 10 MB por minuto de gravação. É compatível com praticamente qualquer player e, por sua qualidade máxima, é indicado para edições, mixagens e trabalhos profissionais. A única limitação dos arquivos WAV é o tamanho máximo de 4GB. A extensão desse formato é .WAV ou .WAVE.

AIFF

AIFF é a sigla de *Audio Interchangeable File Format* e pode-se dizer que é para a Apple (que o desenvolveu baseada em uma tecnologia da Electronic Arts) o que WAV é para a Microsoft. Também baseado em PCM, é um formato não comprimido, o que significa que tem qualidade mas exige espaço. As extensões comuns são .AIFF ou .AIF.

Já os formatos **comprimidos**, como o nome já sugere, resultam da compressão dos dados com o intuito de diminuir o tamanho dos arquivos. Formatos como APE, FLAC e M4A, conhecidos como *lossless*, estão no grupo dos arquivos comprimidos sem perdas, ou seja, são capazes de comprimir áudio sem perder qualidade.

No formato **comprimido sem perdas** o “não dado” é desconsiderado na compressão, enquanto os dados são mantidos fielmente, o que significa que um arquivo com 10 minutos de silêncio tem tamanho zero.

Outros formatos comprimem ainda mais os arquivos, reduzindo muito seu tamanho, mas utilizando o princípio de abrir mão da qualidade máxima em troca de mais espaço e comodidade: são os formatos **comprimidos com perdas**. Nesse caso, o processo de compressão remove frequências de áudio teoricamente imperceptíveis pelo ouvido humano, resultando em perda de qualidade. Muitas vezes essa perda é realmente imperceptível, mas existe. Por essa razão, os formatos comprimidos com perdas são os mais populares para o uso comum e o seu maior exemplo é o formato MP3.

MP3

Não há dúvidas de que o MP3 (*MPEG-1/2 Audio Layer 3*) é o formato mais popular da atualidade, compatível com praticamente todos os softwares e players de mídia existentes. Criado na Alemanha, esse formato utiliza um método de codificação perceptual que codifica somente as frequências sonoras captadas pelo ouvido humano, desconsiderando as frequências extremamente altas e as extremamente baixas. O

grande sucesso do formato MP3 pode ser atribuído ao fato de conseguir equilibrar bons níveis de compressão e qualidade. Certamente há uma perda de qualidade em comparação ao original, mas os níveis são praticamente imperceptíveis para a maioria das pessoas. O MP3 chega a criar arquivos com até 100% do tamanho de arquivos PCM. A extensão padrão é .MP3.

A taxa de bits (*bitrate*) dos arquivos MP3 é da ordem de kbps (*quilobits* por segundo), sendo 128 kbps a taxa padrão, na qual a redução do tamanho do arquivo é de cerca de 90%, ou seja, o tamanho do arquivo passa a ser 1/10 do tamanho original. A taxa de bits pode chegar a até 320 kbps (cerca de 2,3 MB/min. de áudio), gerando a máxima qualidade sonora do formato, na qual a redução do tamanho do arquivo é de cerca de 75%, ou seja, o tamanho do arquivo passa a ser cerca de 1/4 do original. Há outras taxas intermediárias, como 192 kbps e 256 kbps. Entre 192 kbps e 320 kbps, a qualidade é comparável a um CD. Entre 128 kbps e 192 kbps, algumas pessoas de audição mais apurada já percebem uma perda na qualidade, mas isso depende muito de quem ouve.

O formato mais usado para podcasts é o .MP3, em 96 kbps ou 128 kbps, que garantem boa qualidade com tamanho razoável para armazenamento e transmissão via internet. Levando-se em conta o alto custo de hospedagem e banda de tráfego no Brasil, ainda é inviável (e desnecessário, na minha opinião) o uso de outros formatos ou mesmo de taxas de bits maiores, uma vez que o impacto na qualidade não é tão significativo para ser percebido pela maioria dos ouvintes.

7 <<http://leolop.es/thelevelator>>. Acesso em: dez. de 2014.



CINCO ETAPAS PARA MONTAR O SEU PODCAST



ETAPA 3.

EDIÇÃO

- Decupagem
- Limpeza
- Sintonização
- Deixar autorais e Profissões
- Software
- Dicas de edição

Etapa 3: Edição

De todas as etapas que envolvem a produção de um pod-cast, a edição é sem dúvida a mais trabalhosa e demorada. Obviamente o tempo gasto nesse processo irá variar conforme o tempo de gravação, a quantidade de faixas de áudio, a duração final do programa e o esmero do editor.

Apesar de ser possível corrigir erros da gravação durante a edição, emendando frases, cortando gaguejadas, engasgadas e espaços em branco e mudando a ordem de trechos inteiros, não existe milagre de edição que consiga melhorar um áudio de má qualidade. Além disso, uma boa captação ajuda também a otimizar a edição, diminuindo o tempo gasto nessa etapa e aumentando a produtividade.

Alguns podcasts, como o Rádiofobia e o Braincast⁸, por exemplo, são gravados com inserção em tempo real de elementos sonoros, como vinhetas, efeitos e trilhas de fundo (BG), com ou sem transmissão ao vivo via *streaming*, emulando o formato padrão de rádios FM em que o comunicador é também o operador de som. No entanto, se por um lado esse formato de gravação diminui drasticamente o tempo gasto na edição, por outro, exige muito mais sinergia, disciplina e capacidade de improviso dos participantes, que além de estarem atentos à pauta devem procurar evitar erros e otimizar o tempo de gravação.

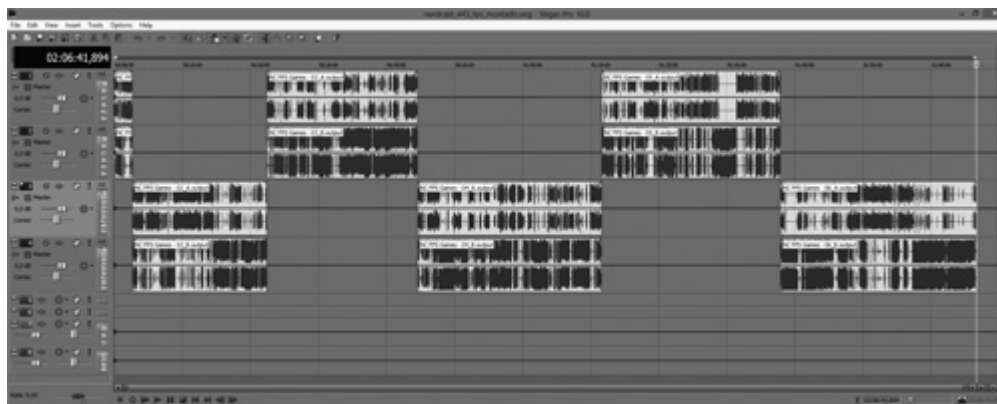
DECUPAGEM

Decupagem (do francês *découpage*, derivado do verbo *découper*, recortar) é um termo bastante usado em produção audiovisual e descreve a etapa de planejamento e divisão de uma cena em planos e a previsão de como esses planos vão se ligar uns aos outros através de cortes. No caso do podcast, trata-se da divisão do áudio

bruto em blocos menores, recortando os trechos que não entrarão na edição final e preparando o material para a edição detalhada ou “limpeza”.

Além de permitir ao editor conhecer o material gravado, a fase de decupagem facilita bastante a edição como um todo, uma vez que divide o processo em partes menores e otimiza a limpeza do material bruto.

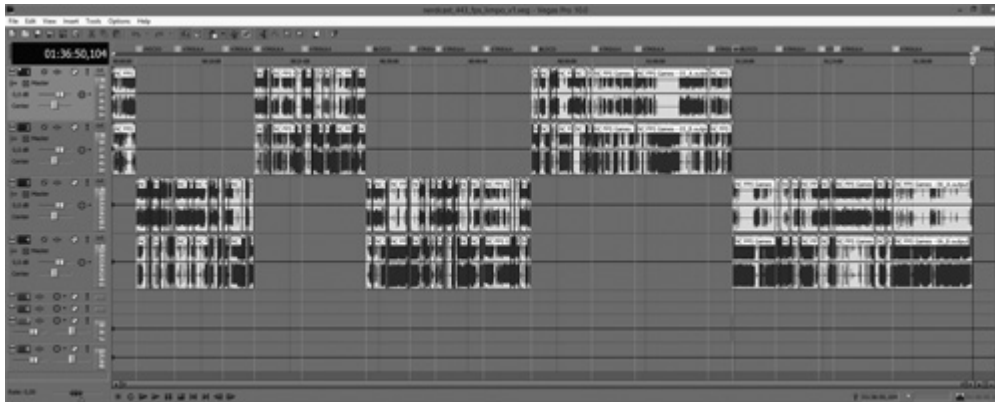
Observe a imagem abaixo, que mostra o aspecto do material bruto de um Nerdcast (443 - FPS Games) montado na timeline do Sony Vegas:



Exemplo de Nerdcast bruto montado na timeline do Sony Vegas

Perceba que, nesse exemplo, o programa foi gravado em seis partes, cada uma composta de dois arquivos estéreo (A e B) em formato .AIFF, totalizando pouco mais de 126 minutos de gravação.

A imagem a seguir mostra o resultado do processo de decupagem desse programa.



Exemplo de Nerdcast na timeline do Sony Vegas após decupagem

Como resultado da decupagem, observamos a divisão do programa em entrada + quatro blocos, além das marcações de onde entrarão as vírgulas sonoras. Observe que o tempo total reduziu para pouco menos de 97 minutos, ou seja, quase 30 minutos do material bruto foi cortado durante a decupagem.

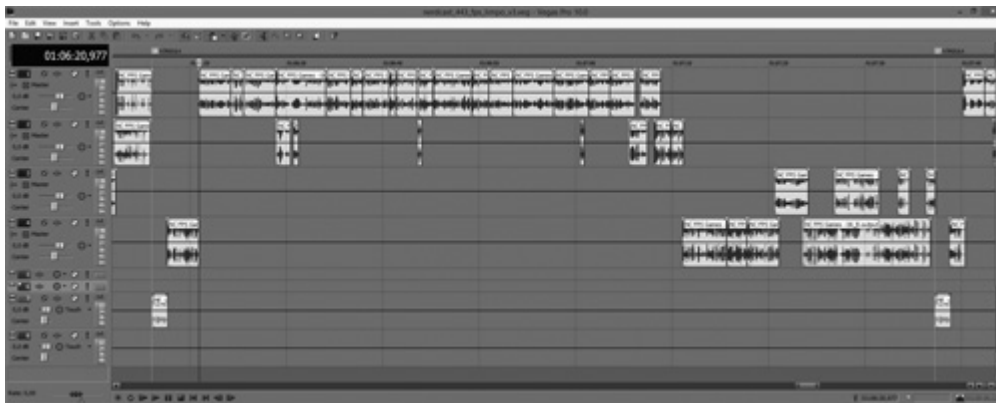
LIMPEZA

Após a decupagem, tem início o processo de edição detalhada, ou a "limpeza" do arquivo bruto. É nessa etapa que serão feitos os cortes, *fades* e *crossfades* necessários, mantendo apenas o material aproveitável e descartando o restante.

O tempo gasto nessa fase dependerá do esmero do editor e também do estilo, da linguagem e do ritmo do podcast. Programas como o Nerdcast, por exemplo, privilegiam o ritmo e a interação dos participantes como um todo, sendo necessários, portanto, cortes e emendas mais detalhados, que imprimam uma fluidez no áudio final que nem sempre esteve presente durante a gravação. Ou você acha que realmente ninguém erra, tropeça, engasga, gagueja ou RESPIRA durante a gravação?

A título de informação, eu gasto cerca de 20 horas para editar um Nerdcast com média de 90 minutos de duração. Só que, eu sou extremamente metódico e perfeccionista, então talvez não sirva como referência. Fica aqui como curiosidade.

A imagem abaixo mostra o aspecto do Nerdcast 443 na timeline do Sony Vegas após a limpeza, e a imagem na página seguinte mostra um trecho com zoom mais aproximado.



SONORIZAÇÃO

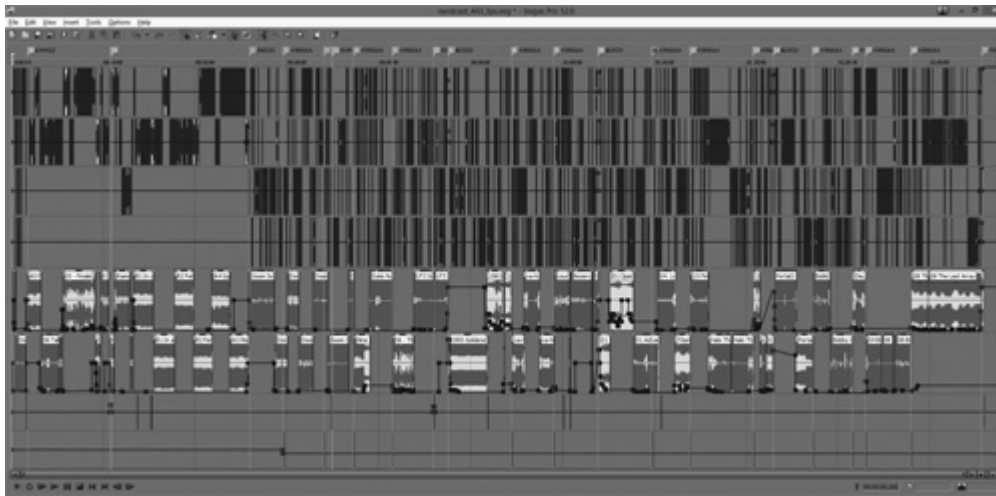
A etapa seguinte à limpeza da voz é a sonorização do arquivo, ou seja, a inserção de música e outros elementos sonoros utilizados no programa.

Alguns cuidados que podem facilitar o processo de sonorização e deixar o programa mais agradável para o ouvinte:

- prefira músicas instrumentais à músicas cantadas, que podem se confundir com a conversa do programa;

- atenção para o volume: música alta demais atrapalha e tira a atenção do assunto;
- escolha músicas que harmonizem com o papo e com o ritmo do programa;
- cuidado com os momentos de entrada e transição entre as músicas, diminuindo a diferença de volume e prestando atenção para não deixar “brancos” (buracos) entre as faixas;
- escolha músicas em uma taxa de bits sempre MAIOR do que aquela que irá utilizar para exportar o programa, para não haver perda de qualidade devido à compressão.

A imagem abaixo mostra o projeto do Nerdcast 443 completamente sonorizado no Sony Vegas.



DIREITOS AUTORAIS E PODSAFE

Em relação ao uso de músicas no podcast, é preciso lembrar que a música no Brasil, assim como qualquer outra obra, está regulamentada pela Lei de Direitos Autorais (Lei 9.610/98)⁹, que protege as relações entre o criador e quem utiliza suas criações artísticas, sendo de responsabilidade do ECAD (Escritório Central de Arrecadação e Distribuição)¹⁰ a arrecadação e distribuição dos direitos autorais de execução musical pública.

De acordo com essa Lei Federal, *"somente o autor tem o direito de utilizar, fruir e dispor de sua obra, bem como autorizar ou proibir a sua utilização por terceiros, no todo ou em parte, por qualquer meio ou processo. Por esse motivo, promotores de shows/eventos, rádios, TVs, exibidores cinematográficos, estabelecimentos comerciais que façam a sonorização do ambiente através de rádio, TV, CDs e DVDs, entre outros, devem pagar direitos autorais pelas músicas que são utilizadas publicamente"*. Nessa categoria estão incluídas também as mídias digitais e de internet, como webrádios e podcasts.

Nesse sentido, caso o podcast resolva fazer uso de músicas comerciais, é necessário entrar em contato com o ECAD para saber como deve efetuar o recolhimento dos direitos autorais.

A opção recomendada para evitar problemas com direitos autorais é recorrer às mídias classificadas como *podsafe*, cuja tradução livre é "seguras para uso em podcasting". Uma simples busca no Google por "*podsafe music*" retorna milhares de resultados de fontes para esse tipo de arquivo. As músicas classificadas como *podsafe* geralmente usam licenças do tipo **Creative Commons**¹¹.

O Creative Commons é o *copyleft*, exatamente o contrário do *copyright* (*direito autoral*). Nesse caso, o que importa é a transmissão da informação, e o Creative Commons tem uma série de licenças diferentes. No entanto, a grande maioria (pelo menos no caso de música) usa a licença de "Atribuição Não Comercial" (CC-BY NC), na qual você deve citar o nome do artista e da música, e pode fazer uso não comercial dela. Existem outras atribuições que também permitem o uso comercial, mas deve-se tomar cuidado para saber exatamente sob qual atribuição de Creative Commons o artista colocou a sua obra.

LICENCIAMENTO CREATIVE COMMONS



ATRIBUIÇÃO (BY)

PERMITE EDIÇÃO, USO COMERCIAL E SEM FINS COMERCIAIS. É NECESSÁRIO DAR CRÉDITOS AO AUTOR ORIGINAL. É A LICENÇA MENOS RESTRITIVA.



ATRIBUIÇÃO - COMPARTILHAMENTO PELA MESMA LICENÇA (BY-SA)

PERMITE EDIÇÃO, CRIAÇÃO DE OBRAS DERIVADAS AINDA QUE PARA FINS COMERCIAIS, O CRÉDITO DEVE SER ATRIBUÍDO AO AUTOR. AS OBRAS DEVEM SER LICENCIADAS SOB OS MESMOS TERMOS. DESTA FORMA, AS OBRAS DERIVADAS TAMBÉM PODERÃO SER USADAS PARA FINS COMERCIAIS.



ATRIBUIÇÃO - NÃO A OBRAS DERIVADAS (BY-ND)

PROIBIDA A EDIÇÃO. PERMITE A REDISTRIBUIÇÃO E O USO PARA FINS COMERCIAIS E NÃO COMERCIAIS, CONTANTO QUE A OBRA SEJA REDISTRIBUÍDA SEM MODIFICAÇÕES E COMPLETA, E QUE OS CRÉDITOS SEJAM ATRIBUÍDOS AO AUTOR.



ATRIBUIÇÃO - NÃO COMERCIAL (BY-NC)

PERMITE EDIÇÃO E CRIAÇÃO DE OBRAS DERIVADAS SOBRE A OBRA LICENCIADA. PROIBIDO O USO COMERCIAL. OS CRÉDITO AO AUTOR É OBRIGATORIO. AS OBRAS DERIVADAS NÃO PRECISAM SER LICENCIADAS SOB OS MESMOS TERMOS DESTA LICENÇA.



ATRIBUIÇÃO - NÃO COMERCIAL - COMPARTILHAMENTO PELA MESMA LICENÇA (BY-NC-SA)

PERMITE EDIÇÃO, ADAPTAÇÃO E CRIAÇÃO DE OBRAS DERIVADAS. PROIBIDO USO COMERCIAL. DEVE SER DADO CRÉDITO AO AUTOR ORIGINAL E AS NOVAS OBRAS DEVEM SER LICENCIADAS SOB OS MESMOS PARÂMETROS.



ATRIBUIÇÃO - NÃO COMERCIAL - NÃO A OBRAS DERIVADAS (BY-NC-ND)

PROIBIDA A EDIÇÃO. PROIBIDO USO COMERCIAL. PERMITE SOMENTE REDISTRIBUIÇÃO. É LICENÇA É A MAIS RESTRITIVA. COMUMENTE CHAMADA "PROPAGANDA GRÁTIS" POIS PERMITE DOWNLOAD E COMPARTILHAMENTO, CONTANTO QUE O AUTOR SEJA MENCIONADO E A OBRA INALTERADA.

TIPOS DE LICENCIAMENTO CREATIVE COMMONS

Assim como no caso de "podsafe music", uma busca por "creative commons" no Google resulta em milhares de fontes para esse tipo de mídia. Para entender melhor a relação entre música, podcast e direitos autorais, recomendo ouvir o programa piloto do "Alô, Técnica!"¹², meu podcast sobre produção de podcasts, no qual abordei esse tema detalhadamente.

SOFTWARE

Uma das perguntas que mais me fazem, relacionada à edição, é “Qual o melhor software para editar podcasts?”. A minha resposta é sempre a mesma: o melhor software é aquele que você sabe usar, independentemente da plataforma.

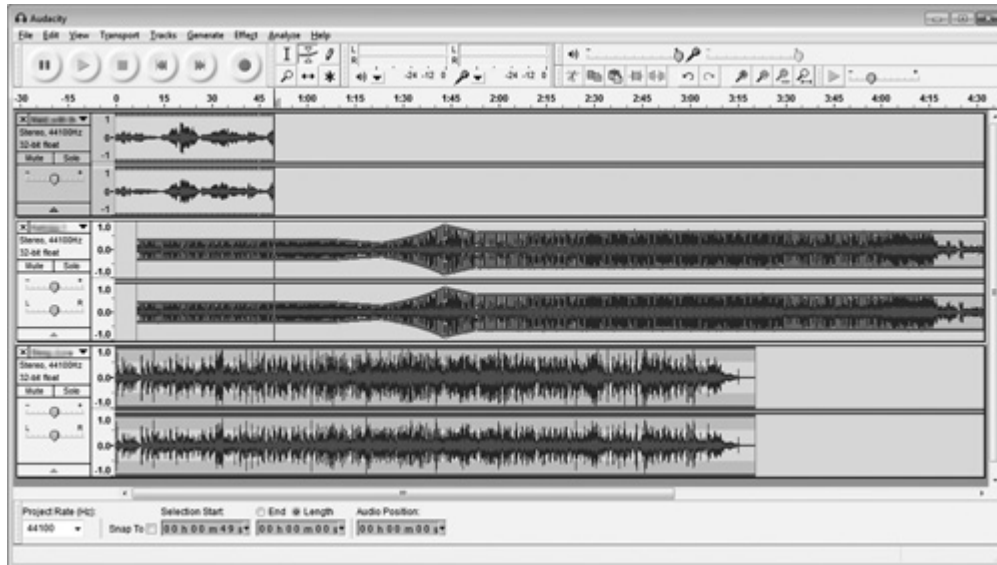
PC ou Mac, pago ou gratuito, amador ou profissional, não importa. Escolha um programa que goste e procure aprender o máximo possível sobre ele, seja por meio dos infinitos tutoriais existentes na internet, seja inscrevendo-se em cursos presenciais e on-line para aprender operação e funções avançadas ou pegando dicas com amigos que já o usam há mais tempo. O importante é focar em conhecer o máximo possível do software escolhido e praticar bastante.

Alguns usuários avançados, engenheiros de som, sonoplastas e afins talvez achem essas informações superficiais demais se comparadas aos seus conhecimentos, mas quero apenas lembrar que este material foi elaborado no intuito de permitir que qualquer pessoa possa fazer o seu podcast sem complicações. Também por essa razão, não irei abordar pontos complexos, como mixagem e masterização, nem falar sobre DAWs (Digital Audio Workstations) ou outros programas que, apesar de muito conhecidos por quem é do ramo, são mais indicados para uso profissional e têm uma curva de aprendizado mais complexa.

A seguir apresento uma lista dos softwares de edição mais utilizados pelos podcasters brasileiros, para ajudar na sua escolha:

AUDACITY

(<http://audacity.sourceforge.net/>) O Audacity é um editor de áudio multiplataforma, gratuito e de código aberto. Atualmente em sua versão 2.0, a mais estável até agora, o Audacity é um dos editores mais usados no mundo, tanto por sua simplicidade quanto por ser gratuito.

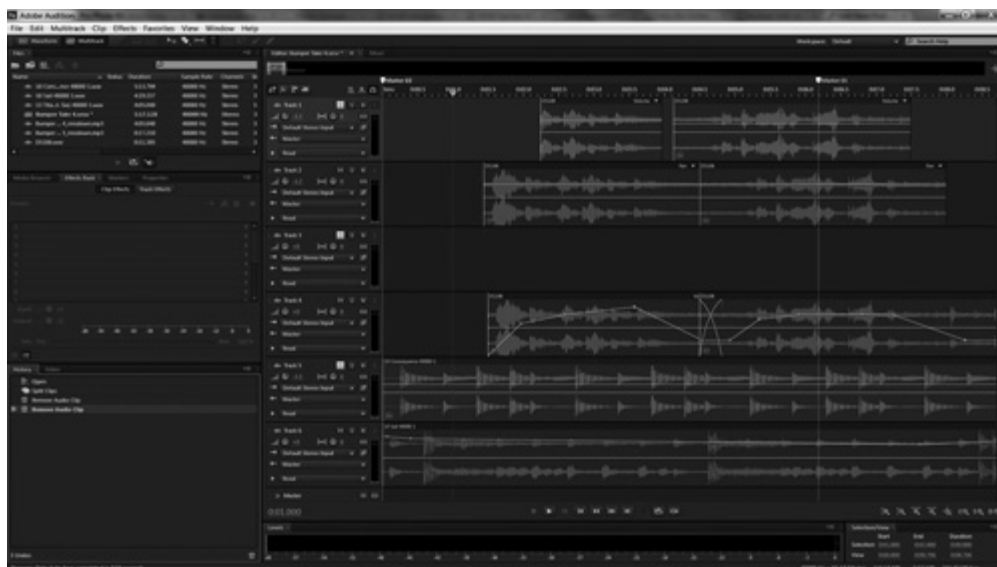


Interface do Audacity

ADOBE AUDITION

(<https://creative.adobe.com/pt/products/audition>)

O Adobe Audition é um software de edição de áudio completo, que possui centenas de ferramentas disponíveis para o usuário. Assim como muitas ferramentas da Adobe, não é intuitivo, mas existem muitos cursos e tutoriais para aprender a extrair o máximo de suas funções.

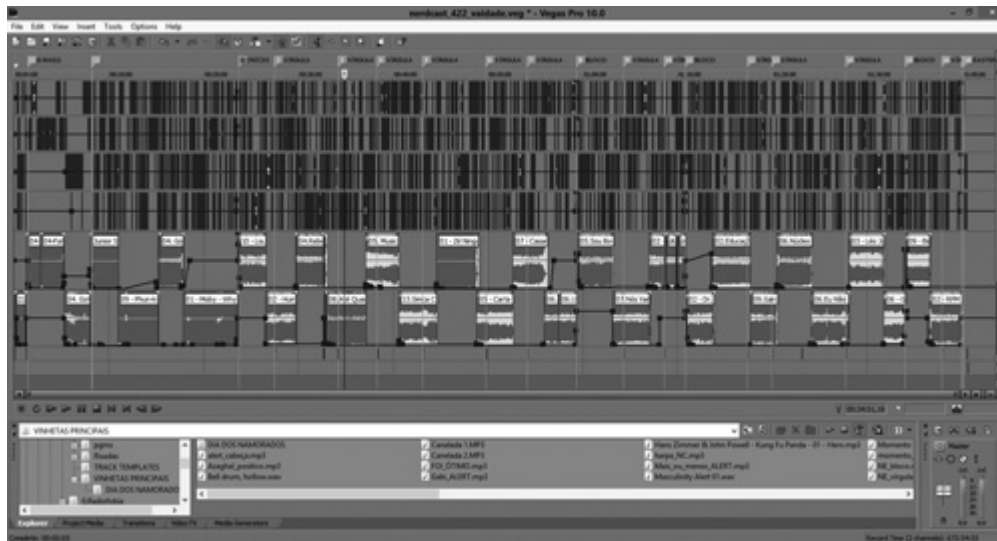


Interface do Adobe Audition

SONY VEGAS

(www.sonycreativesoftware.com/vegassoftware)

O Sony Vegas é um editor pago voltado para edição de vídeos, mas, assim como todo editor de vídeos, também pode ser utilizado apenas para edição de áudio. Apesar de ser bastante usado em aplicações profissionais, sua interface simples e seu uso intuitivo fazem dele um dos preferidos pelos editores de podcast.



Interface do Sony Vegas

GARAGEBAND

(www.apple.com/br/mac/garageband/)

O GarageBand é o aplicativo da Apple que transforma seu Mac e iOS em um



Interface do GarageBand

estúdio completo de gravação, com uma coleção de instrumentos para você compor onde quiser. Este editor é o mais usado por podcasters que utilizam produtos da Apple.

LOGIC PR

(www.apple.com/br/logic-pro/)

O Logic Pro é um editor pago, exclusivo do sistema operacional da Apple. Ele coloca um estúdio de gravação completo no Mac, com uma imensa biblioteca de plugins, efeitos e instrumentos, sendo a opção lógica para quem quer fazer um upgrade a partir do GarageBand.



Interface do Logic Pro

DICAS DE EDIÇÃO

Em tudo que fazemos, ainda que seja extremamente importante estudar, não existe melhor fonte de aprendizado do que a prática. Com edição não é diferente. Assistindo a tutoriais e fazendo diferentes cursos, você perceberá que cada um tem o seu jeito próprio de fazer as mesmas coisas, graças às “manhas” que vamos pegando com o tempo. Tenho certeza de que com você não será diferente.

Por essa razão, quero deixar aqui algumas dicas que são 100% fruto da minha experiência pessoal e de percepções, tentativas e erros ao longo de anos de edição, que ajudaram muito a otimizar o tempo gasto nesse processo, que é detalhado e leva tempo, mas pode ser igualmente prazeroso e recompensador.

PREFIRA EDITORES MULTIPISTAS

Certa vez conheci um cara que editava um programa inteiro em uma única faixa. Embora para ele fosse natural - afinal, era assim que ele tinha aprendido e fazia desde sempre - é um processo que

impede qualquer correção posterior, já que ele precisa ir nivelando e mixando trecho por trecho. Comentando isso com algumas pessoas, eu me surpreendi ao perceber que ele não era um caso isolado.

A lógica para trabalhar com multipistas é a seguinte: tudo está sendo mixado na linha do tempo do projeto. Mas, como cada evento está em uma pista separada, pode ser alterado a qualquer momento, sem comprometer o restante do trabalho.

Todos os softwares indicados neste livro permitem o uso de multipistas.

APRENDA A TRABALHAR COM ATALHOS DE TECLADO

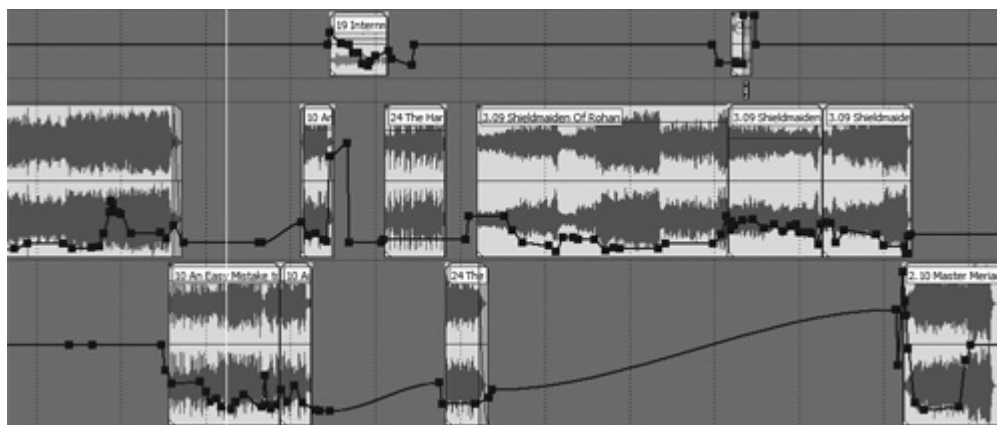
A maioria dos editores permite configurar o layout do teclado, então utilize isso a seu favor. Se você é destro como eu, pode por exemplo configurar todos os atalhos para serem utilizados com a mão esquerda, e assim não precisar tirar a mão direita do mouse nem os olhos do monitor durante todo o processo de edição. Com o tempo, seu cérebro, seus braços e suas mãos desenvolverão uma "memória muscular" que fará a coisa toda funcionar no automático (como dirigir, por exemplo).

Um exemplo prático: eu substituí a tecla "DEL", que fica do lado direito do teclado, pela letra "A". Assim, eu posso fazer uma divisão ou corte (*split*) da faixa com tecla "S" e apagar logo em seguida clicando em "A" com a mesma mão, sem precisar tirar a outra mão do mouse para apertar "DEL".

Pode parecer uma bobagem, pois a economia é de apenas alguns segundos, mas analise todo o processo envolvido nesse simples ato (tirar os olhos do monitor / soltar o mouse / olhar para o teclado / apertar "DEL" / pegar o mouse novamente / localizar o trecho no monitor), multiplique pela quantidade de vezes que faz isso ao longo da edição e entenderá como essa prática simples pode reduzir bastante o tempo de trabalho.

APRENDA A USAR ENVELOPES DE VOLUME E BALANÇO

A maioria dos editores permite o uso de envelopes, representados em cada faixa por uma linha na qual podem ser criados pontos. Ao deslocar esses pontos para cima ou para baixo, é possível alterar os parâmetros desejados, como volume ou balanço (*pan*).



Exemplo do uso de envelope de volume do Sony Vegas

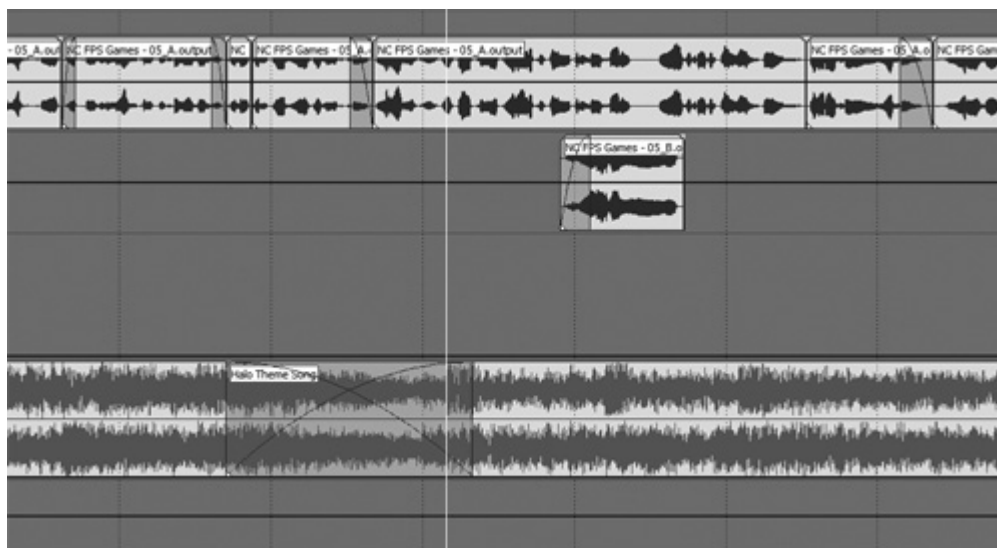
Assim, é possível, por exemplo, ajustar o volume de uma faixa livremente, no próprio projeto, de forma a equilibrar a música com a conversa.

APRENDA A USAR FADES E CROSSFADES A SEU FAVOR

Fade é a diminuição ou aumento gradativo (aqui, no caso de áudio) do volume de uma faixa. *Fade in* é quando o volume aumenta, e *fade out*, quando diminui. O *crossfade* acontece ao "cruzar" duas faixas, fazendo com que o volume de uma diminua ao mesmo tempo em que aumenta o volume da outra.

Dominar o uso de *fades* e *crossfades* facilita bastante o processo de edição, principalmente em casos em que existem várias vozes na

mesma faixa, ou a faixa está “suja” com gaguejadas, engasgadas, tosse, espirro ou qualquer outro barulho que se queira eliminar. Assim, é possível cortar e juntar sílabas de palavras ditas em momentos diferentes da gravação, cortando o que estiver nesse meio e deixando a fala fluida e natural. Se o método for bem-feito, na maioria das vezes será imperceptível para o ouvinte, dando a impressão de que o áudio foi captado exatamente daquela forma.



Exemplo de fade in, fade out e crossfade no Sony Vegas

TORNE-SE UM “SAVE FREAK”

Quem nunca perdeu o que estava fazendo porque durante o processo de edição o editor travou, o projeto bugou, a energia acabou ou qualquer outro imprevisto aconteceu e, quando reabriu o programa, o *autosave* era de uma versão do projeto de horas antes do ponto em que estava? Quem nunca teve essa sensação, uma mistura de frustração e raiva pelo tempo perdido e por ter que fazer tudo de novo?

Eu também já passei por isso inúmeras vezes, e é por isso que aconselho você a se tornar um “*save freak*”, um “maluco salvador”, que não só salva constantemente o arquivo em que está trabalhando

no momento como também cria versões diferentes do projeto a cada X tempo de trabalho.

Pode parecer exagero, mas é preferível pecar pelo excesso de versões salvas do que pela falta delas. Com o tempo, sem perceber seus dedos estarão clicando em "CTRL+S" a cada duas ou três intervenções no projeto, e quando você se der conta disso, entenderá por que eu uso a expressão "*save freak*", seu maluco!

8 <www.brainstorm9.com.br/>. Acesso em: dez. de 2014.

9 <www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l9610.htm>. Acesso em: dez. de 2014.

10 <www.ecad.org.br/>. Acesso em: dez. de 2014.

11 <<http://creativecommons.org/>>. Acesso em: dez. de 2014.

12 <<http://leolop.es/alotenica00>>. Acesso em: dez. de 2014.



CINCO ETAPAS PARA MONTAR O SEU PODCAST



ETAPA 4. PUBLICAÇÃO

- Domínio próprio
- WordPress
- Plugins de podcast
- Feed

Etapa 4: Publicação

Assim como foi dito na Etapa 1, quando falamos sobre hospedagem, seu podcast precisa ser publicado em algum lugar na internet para poder existir e ser acessado e ouvido. Entre todas as opções sugeridas, minha recomendação é hospedar seu site ou blog em um serviço de hospedagem pago e usar também um serviço especializado em armazenamento de podcasts.

DOMÍNIO PRÓPRIO

Um domínio é um nome que serve para localizar e identificar conjuntos de computadores e serviços na internet. O nome de domínio foi concebido com dois objetivos: primeiro, facilitar a memorização desses endereços, pois sem ele teríamos que memorizar uma sequência grande de números. Afinal, é mais fácil decorar **www.radiofobia.com.br** do que **192.57.202.184**, certo? O segundo objetivo é dar flexibilidade para que o operador desses serviços altere sua infraestrutura com maior agilidade. Além disso, um site com um domínio personalizado transmite um aspecto muito mais profissional do que o endereço de um serviço gratuito.

Não é caro nem complicado ter um domínio próprio, um endereço na web “pra chamar de seu”. Todos os domínios registrados no Brasil possuem a terminação “.br”, e são gerenciados pelo Comitê Gestor na Internet no Brasil¹³. Ao registrar um novo domínio, você ganha o direito de usá-lo pelo tempo contratado, com a opção de renovar ao final do período ou abrir mão dele, que pode então ser registrado por outra pessoa, empresa ou entidade.

Para registrar um novo domínio, você deve acessar o site do Registro.br¹⁴ e criar uma conta de usuário (pessoa física, profissional liberal ou pessoa jurídica), fazer uma pesquisa de disponibilidade e escolher uma categoria entre as dezenas disponíveis (que vão desde

o famoso “.com.br” até o inusitado “.zlg.br”, voltado para zoólogos). Depois, basta escolher o período de contratação do registro (de 1 a 10 anos), escolher a forma de pagamento e aguardar a confirmação para então acessar o painel de configurações e entrar com os dados solicitados (servidores DNS fornecidos pelo seu provedor de hospedagem) para a ativação do direcionamento.

WORDPRESS

Instalar o Wordpress em seu servidor é a opção mais versátil entre todas as opções disponíveis já citadas na Etapa 1. Claro que é possível optar pela versão livre do Wordpress, mas limitações, como a impossibilidade de instalar plugins, tornam seu uso bastante limitado para podcasts.

O Wordpres é hoje a maior plataforma de gerenciamento de conteúdo do mundo, com quase 70% do mercado. Além disso, trata-se de um software livre, gratuito e totalmente em português.

Geralmente é possível instalar facilmente o Wordpress através do Painel de Controle (*Control Panel*) do seu servidor. Verifique junto ao suporte como você pode fazer isso.

É possível também customizar facilmente qualquer template do Wordpress, e existem milhares de opções disponíveis, pagas e gratuitas. Tenho certeza de que você mesmo ou um amigo que “manja dos paranauê dos CSS” conseguirá customizar um layout com facilidade, mas ainda assim existem muitas empresas e profissionais especializados que podem ser contratados para isso.

É possível publicar um episódio de podcast em qualquer postagem do seu blog, mas antes é necessário instalar um plugin de publicação de podcasts.

PLUGINS DE PODCAST

Os plugins de podcasts foram desenvolvidos basicamente para facilitar a publicação dos episódios, permitindo a inserção do arquivo

de mídia nas postagens e incorporando-os ao *feed* do site. Sem um plugin de podcast, o arquivo de mídia será publicado no post, mas não será interpretado como sendo de um podcast e incorporado ao *feed* para distribuição.

Os plugins de podcast permitem ainda a publicação dos programas em categorias específicas, a organização dos *feeds* dos episódios e até funções avançadas, como configuração completa dos canais de podcast no iTunes, utilização de players personalizados, criação de playlists, etc.

Uma vez instalados, os plugins de podcast geralmente adicionam um campo na área de publicação de novos posts para inserção do caminho do arquivo do podcast. Como já foi dito, esse arquivo tanto pode estar armazenado no mesmo servidor como em outro separado da estrutura do site ou blog.

Os principais plugins de podcast disponíveis para a plataforma Wordpress estão listados abaixo:

SERIOUSLY SIMPLE PODCASTING

Esse plugin é uma solução simples e fácil para publicação de podcasts no Wordpress. Ele usa a interface nativa do CMS e possui pouquíssimas configurações, o que também o torna bastante limitado.



PODPRESS

O PodPress adiciona uma série de funções desenvolvidas para permitir a publicação de podcasts no Wordpress. Possui um sistema de estatísticas próprio, que fica armazenado no banco de dados do próprio site.

Apesar de ainda ser o plugin mais utilizado pelos pod-casters brasileiros, o PodPress foi descontinuado e deixou de oferecer atualizações, o que pode comprometer a segurança e a estabilidade do plugin.



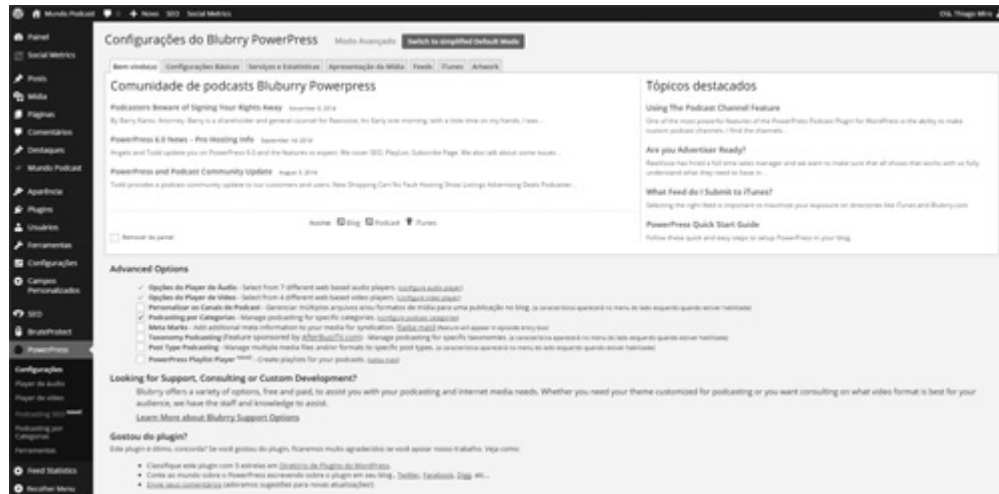
POWERPRESS

O Blubrry Powerpress adiciona funções essenciais para publicação de podcasts no Wordpress. Desenvolvido pela RawVoice, empresa fundada pelo americano Todd Cochrane (uma das primeiras dez pessoas a produzirem podcast no mundo, ainda em 2004), o Powerpress é atualmente o plugin que apresenta maior quantidade de recursos entre os plugins disponíveis.

O PowerPress possui um sistema de estatísticas integrado ao site do Blubrry, que, além de seguro e confiável, dispõe de uma série de variáveis que ajudam muito a conhecer os assinantes do podcast, incluindo localização, plataforma, browser, agregador, etc.

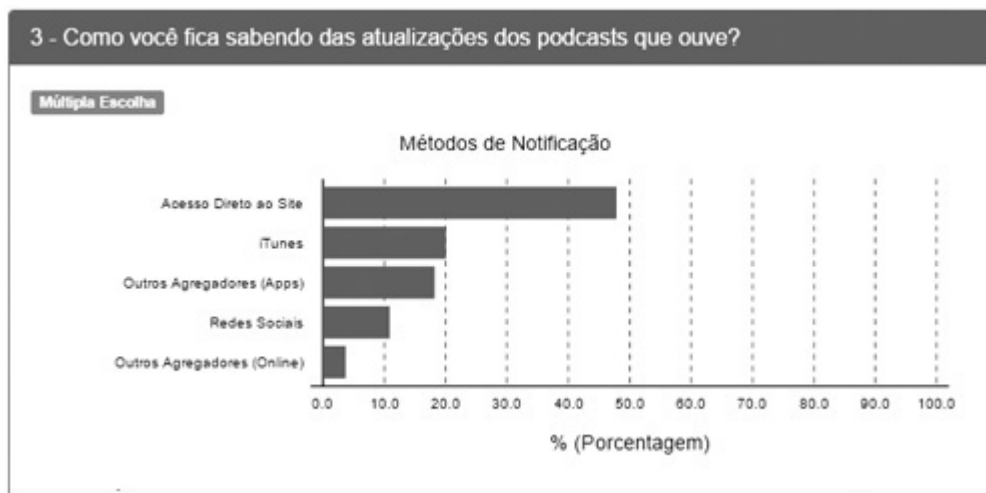
Outros dois diferenciais do PowerPress são a tradução completa para português, da qual eu tive a honra de participar coordenando o

projeto e a equipe de tradutores, e a completa integração com o serviço de armazenamento do Blubrry Hosting, que quando habilitado cria um campo na área de publicação de novos posts para incorporação do arquivo armazenado naquele serviço.



FEED

Para ouvir o seu pod-cast, seus ouvintes podem entrar diretamente no seu site, localizar o player do podcast na postagem e optar por ouvir ou fazer o download diretamente, mas um endereço de *feed RSS* é necessário e será utilizado por você para informar aos agregadores, como o iTunes, da existência do seu programa, assim como da sua atualização sempre que um novo episódio for publicado. De posse do endereço do *feed*, os ouvintes podem optar por assinar o programa no agregador de sua preferência.



Respostas	Valores
Acesso diretamente o site	47,71%
Assino o feed no iTunes	19,92%
Assino o feed em um agregador de podcasts diferente do iTunes	18,06%
Acompanho o perfil do podcast nas redes sociais	10,75%
Assino o feed em um leitor de feeds via navegador (Feedly, Feedspot, etc.)	3,56%
Respostas	Valores
Método Independente de Feed	58,46%
Método Dependente de Feed	41,54%

Na PodPesquisa 2014, foi perguntado "*Como você fica sabendo das atualizações dos podcasts que ouve?*", e os resultados podem ser observados na tabela na página anterior.

O resultado mostra que, apesar de a maioria dos ouvintes brasileiros ainda se utilizar de métodos que não dependem de *feed*

para serem informados das atualizações dos podcasts, os 42% que usam *feed* para assinar no iTunes ou em outros agregadores não podem de forma alguma serem desprezados.

Assim, para atender a esses dois perfis de ouvintes, é necessário manter um site prático e funcional, onde o player e a opção de download estejam visíveis e possam ser facilmente encontrados, e também cuidar para que o *feed* do podcast esteja configurado corretamente e seja atualizado assim que um novo programa for publicado.

O *feed RSS* é na verdade um arquivo de extensão .XML, cujo código é criado a partir da estrutura das suas postagens, com campos específicos, como título do episódio, tempo de duração, data de publicação, nome do autor, etc. Esses campos são interpretados pelos agregadores para formar o catálogo do seu programa e exibir essas informações aos ouvintes.

Apesar de não ser um grande mistério, todos na podosfera sabem que o *feed* é controlado por uma entidade zombeteira que, quando menos se espera, começa a dar problema assim, do nada. A maioria dos podcasters já teve problemas com *feed* pelo menos uma vez.

Existem três maneiras básicas de se fazer um *feed RSS* funcional para o seu podcast:

- **FEED NATIVO DO SITE OU BLOG**

Todo sistema de site ou blog possui uma estrutura de *feeds* nativa, mas a limitação de tamanho faz com que ocorram problemas frequentes de atualização de episódios, assim como o desaparecimento dos episódios mais antigos à medida que novos programas são publicados.

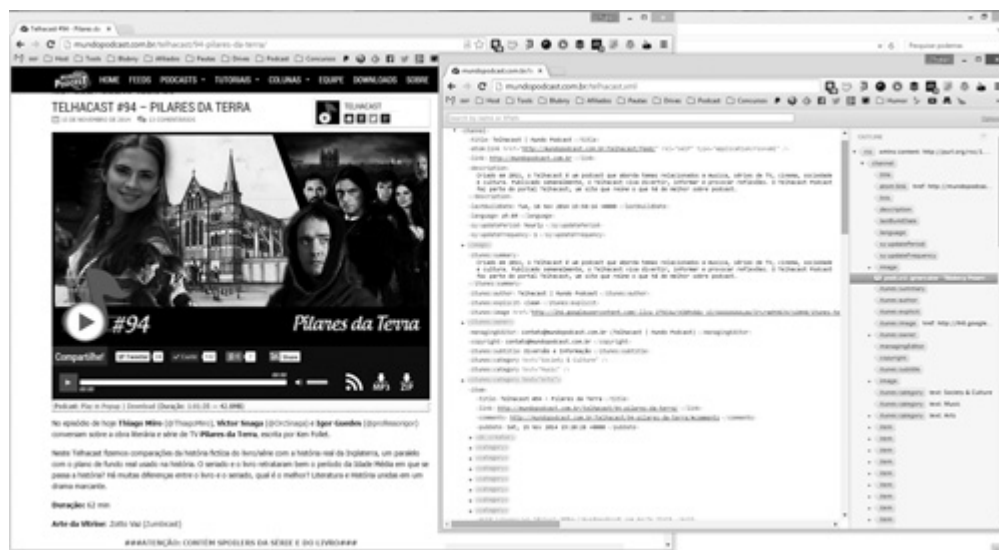
Se você pretende deixar apenas uma certa quantidade de episódios disponíveis para seus ouvintes (apenas os 20 ou 30 mais recentes, por exemplo), pode optar por usar o *feed* nativo do seu site.

● **FEED MANUAL**

O *feed* de um podcast possui campos diferentes dos do *feed* das publicações normais. Assim, é comum ocorrerem erros de exibição nos agregadores, como duração do episódio incorreta e imagem de capa ausente, entre outros.

Por essa razão, alguns podcasters optam por fazer um *feed* manual, ou seja, criam um arquivo .XML somente com os campos relevantes para o podcast, que deve ser atualizado a cada publicação de um novo episódio.

Se você está começando agora, pode optar por fazer um *feed* manual desde o começo, o que já não é tão prático para aqueles que já têm dezenas ou centenas de episódios publicados.



Exemplo de *feed* manual

Um tutorial detalhado para criar um *feed* manual para o seu podcast pode ser encontrado na coluna Podcasteando do site Mundo Podcast¹⁵.

● **FEED ATRAVÉS DE UM PLUGIN DE PODCASTS**

Uma opção prática e eficiente para não depender do *feed* nativo do site nem ter que ficar atualizando manualmente a cada nova publicação é utilizar o sistema de *feeds* criado pelos plugins de

podcast. Nesse caso, o Blubrry PowerPress é de longe o que apresenta a maior quantidade de configurações possível, compatíveis com o iTunes e, por consequência, com praticamente todos os agregadores existentes.

Nas opções de configuração do PowerPress é possível preencher todos os campos que são utilizados pelo iTunes, assim como algumas funções avançadas que incluem a criação de *feeds* de podcast por categoria e a criação de canais de podcast e *feeds* distintos para formatos diferentes de arquivos de mídia (uma versão em .MP3 e outra em .AAC, por exemplo), com configurações diferentes para cada um.

As configurações dos *feeds* criados utilizando o Power-Press podem ser modificadas a qualquer momento diretamente nas opções do plugin, e os *feeds* de novos podcasts podem ser enviados diretamente para aprovação no iTunes a partir dele.



Espalhe o *feed* pelo seu site e facilite a vida dos assinantes

Depois de criar o seu *feed*, certifique-se de divulgar ao máximo para facilitar a vida dos seus ouvintes e dos novos visitantes que desejarem assinar o seu podcast. Dê uma conferida da coluna *Podcasteando - 10 dicas para novos podcasters*¹⁶, do site Mundo Podcasts, com excelentes dicas para garantir a visibilidade do seu *feed*.

13 <www.cgi.br/>. Acesso em: dez. de 2014.

14 <<http://registro.br/>>. Acesso em: dez. de 2014.

15 <<http://mundopodcast.com.br/podcasteando/criar-feed-manual-podcast/>>. Acesso em: dez. de 2014.

16 <<http://mundopodcast.com.br/artigos/10-dicas-novos-podcasters/>>. Acesso em: dez. de 2014.



CINCO ETAPAS PARA MONTAR O SEU PODCAST



ETAPA 5. DISTRIBUIÇÃO

- Tunes
- Agregadores
- Apps mobile
- Android
- Android e iOS
- Windows Phone
- Redes sociais e networking

Etapa 5: Distribuição

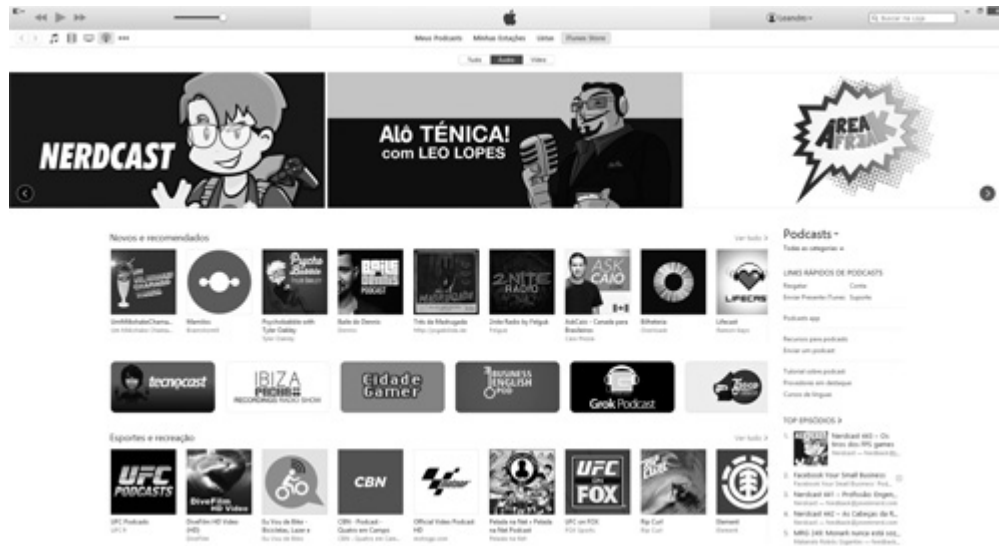
Depois que seu programa estiver pronto, é hora de espalhar a novidade aos quatro ventos da internet e começar a conquistar novos ouvintes, primeiro objetivo de todo podcast.

Para isso, além de divulgar amplamente o *feed* do programa, é importante disponibilizá-lo no iTunes e em outros agregadores, assim como criar perfis e páginas nas redes sociais e se esforçar para ampliar a sua rede de relacionamentos - o chamado *networking* - na podosfera.

ITUNES

iTunes é o agregador de mídia oficial da Apple, criado em 2001. Ele foi concebido para reproduzir e organizar música digital e arquivos de vídeo. A iTunes Store é o componente do iTunes por meio do qual os usuários podem comprar arquivos de mídia digital e aplicativos para seus dispositivos Mac. A iTunes Store Brasil foi lançada em dezembro de 2011.

Dentro da iTunes Store, além de canais para comprar músicas, filmes, livros e aplicativos, existe um canal exclusivo para podcasts. Como o podcast ainda é fundamentalmente uma mídia gratuita, o canal de podcasts no iTunes acaba funcionando mais como um agregador de podcasts e, por seu pioneirismo e sua reputação, acaba servindo muitas vezes como referência e também como uma espécie de "ranking" dos programas mais ouvidos.



Página inicial do canal de podcasts da iTunes Store Brasil

Por tradição, podemos dizer **com todas as aspas do mundo** que “um podcast não existe oficialmente enquanto não estiver no iTunes”, tamanha a importância dada ao aplicativo.

Apesar de ser um mistério para muitos, é extremamente simples submeter o *feed RSS* de um novo podcast para aprovação no iTunes, e os procedimentos são explicados em detalhes na página que pode ser acessada através do link <<http://leolop.es/poditunesbr>>. É possível também configurar todos os campos do *feed* e enviar para aprovação no iTunes diretamente através do plugin do Blubrry PowerPress.

Se o *feed RSS* enviado ao iTunes for válido e estiver configurado corretamente, a aprovação ocorre em cerca de 72 horas. Depois de aprovado, o canal do seu podcast no iTunes será mais ou menos assim:



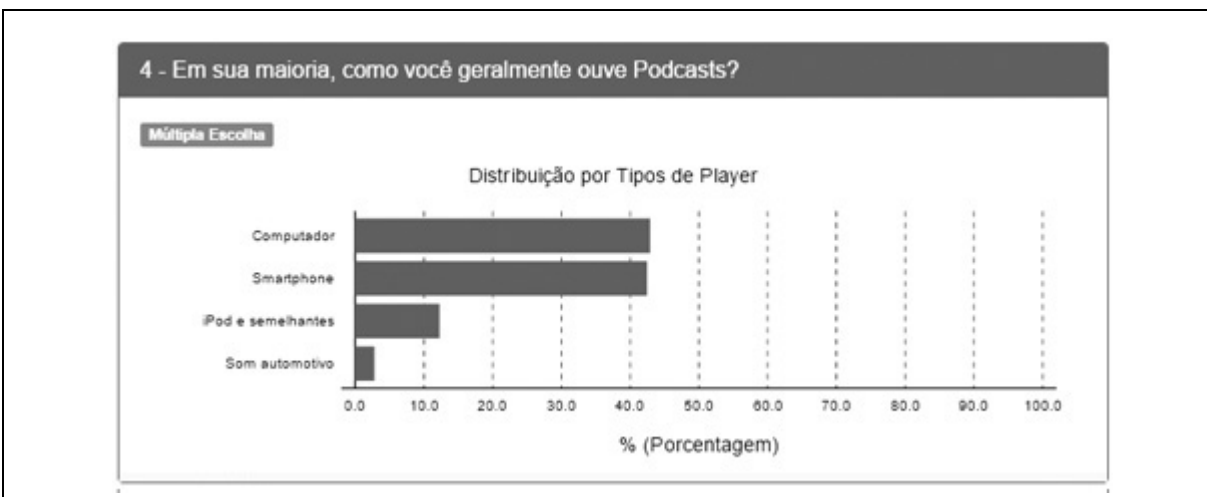
Canal do *Rádiofobia* na iTunes Store

É importante certificar-se de que todos os campos estejam preenchidos corretamente, para que não haja nenhuma informação faltando na listagem de episódios. Não se esqueça de preencher também a descrição do podcast, informações sobre o autor e as categorias em que o podcast deverá ser exibido na iTunes Store. E claro, crie uma arte bacana para a capa do seu programa. Todas as especificações estão explicadas em detalhes no link indicado acima.

Após a publicação de um novo episódio, pode levar até 24 horas para que ele apareça no seu canal no iTunes.

AGREGADORES

A tabela abaixo mostra as respostas para a pergunta "Em sua maioria, como você ouve podcasts?", feita na PodPesquisa 2014:



Respostas	Valores
Computador	42,81%
Smartphone	42,33%
iPod e semelhantes	12,17%
Som automotivo	2,69%

Além de entrar no site e fazer o download direto, transferindo depois o arquivo de áudio para um pendrive, mp3 player ou smartphone, os ouvintes podem optar por assinar o seu *feed* através de um agregador, o que facilita muito a vida, já que assim ele é informado sempre que um novo episódio for postado, podendo até mesmo programar o agregador para fazer o download automaticamente, no caso dos dispositivos móveis.

Um agregador pode ser um aplicativo para assinar e ouvir vários podcasts, como o iTunes ou outros aplicativos mobile ou um site desenvolvido especialmente para essa função. Logicamente, o ouvinte pode optar por assinar o podcast diretamente em um leitor de *feeds RSS*, bastando para isso entrar com o endereço do *feed* no leitor de sua preferência.

Alguns sites que exercem a função de agregadores de podcasts são:

TEIACAST

<http://teiacast.mundopodcast.com.br/>

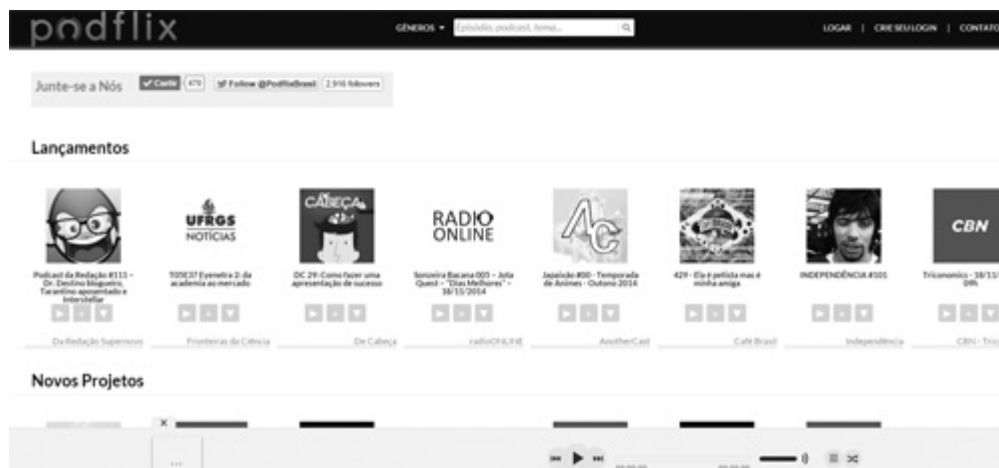
A TeiaCast, criada em 2008 por Rafael Portillo, foi o primeiro site brasileiro que se propôs a agregar todos os pod-casts num único lugar. Contudo, nem o TeiaCast nem nenhum outro conseguiu essa façanha até agora. Depois de passar muito tempo fora do ar, a TeiaCast foi integrada ao Mundo Podcast em 2014.



PODFLIX

<http://podflix.com.br/>

O Podflix é um espaço que reúne diversos podcasts e facilita o acesso a seus canais preferidos, contribuindo para a divulgação dos podcasts.



YOUTUNER

<http://youtuner.co/>

O YouTuner foi criado por Ricardo Delcastanher e disponibiliza on-line dezenas de novos episódios de podcast à medida que são atualizados em seus *feeds* originais.

O YouTuner tem como proposta original popularizar o podcast, assim como o YouTube popularizou os vídeos, sendo uma boa opção para indicar a novos ouvintes, que encontrarão facilmente programas sobre temas de sua preferência.



POCKET CASTS

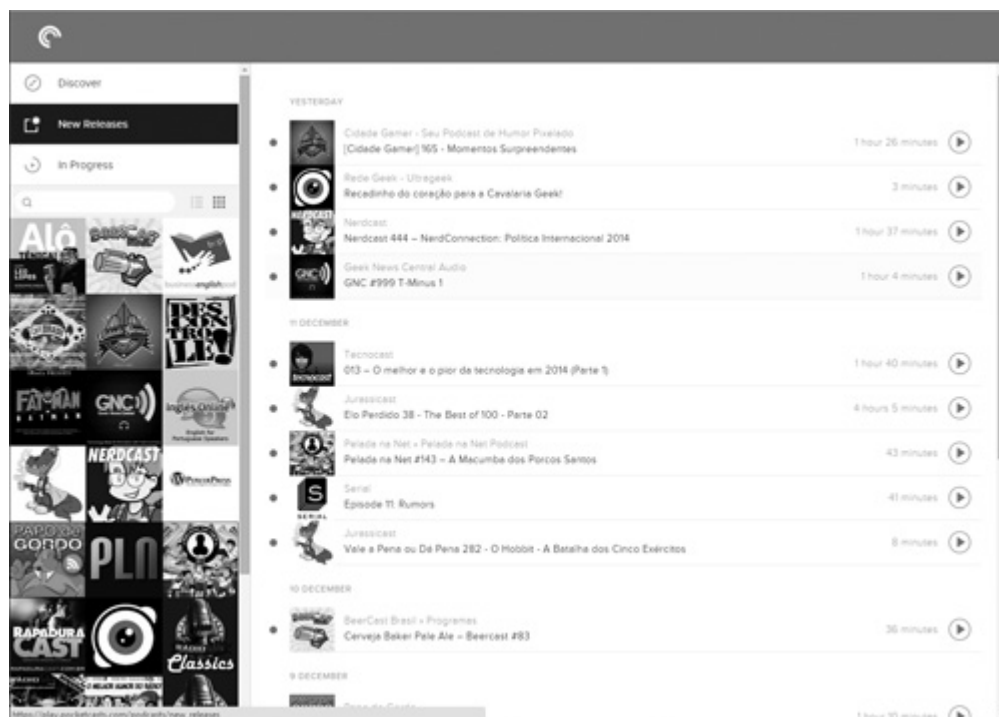
<https://play.pocketcasts.com/>

Essa é a versão web do aplicativo Pocket Casts, disponível para Android e iOS.

Trata-se de um serviço pago, com a grande vantagem de sincronizar as inscrições e episódios entre as plataformas web e mobile. Isso significa que é possível assinar e começar a ouvir um podcast no navegador e depois continuar a ouvir o programa na versão mobile do aplicativo do ponto onde parou.

Além desse exemplo, existem muitos outros agregadores web. A maioria deles importa os dados de novos podcasts do *feed* ou do iTunes, tornando possível encontrá-los com auxílio da opção de

busca, mas alguns agregadores, como o YouTuner, necessitam que o podcaster preencha um formulário e faça o cadastro do seu programa diretamente no serviço usando o endereço do *feed* do seu podcast.



APPS MOBILE

Como vimos na tabela anterior, os resultados da PodPesquisa 2014 mostram que 55% dos ouvintes brasileiros de podcast fazem uso de dispositivos móveis como iPods e smartphones para ouvir os programas que assina.

Ainda que consideremos que uma parte desses ouvintes faz o download diretamente no site e transfere para seu dispositivo via USB ou Bluetooth, é inegável que cresce cada vez mais o número de pessoas que faz uso de agregadores de podcast. Exemplifico aqui com os dados consolidados da audiência do Rádiofobia de novembro de 2014, que apresentam acessos ao programa em nada menos que 67 clientes diferentes, dos quais 50% são formados por aplicativos

mobile e os agregadores de podcast, também chamado de *podcatchers*.

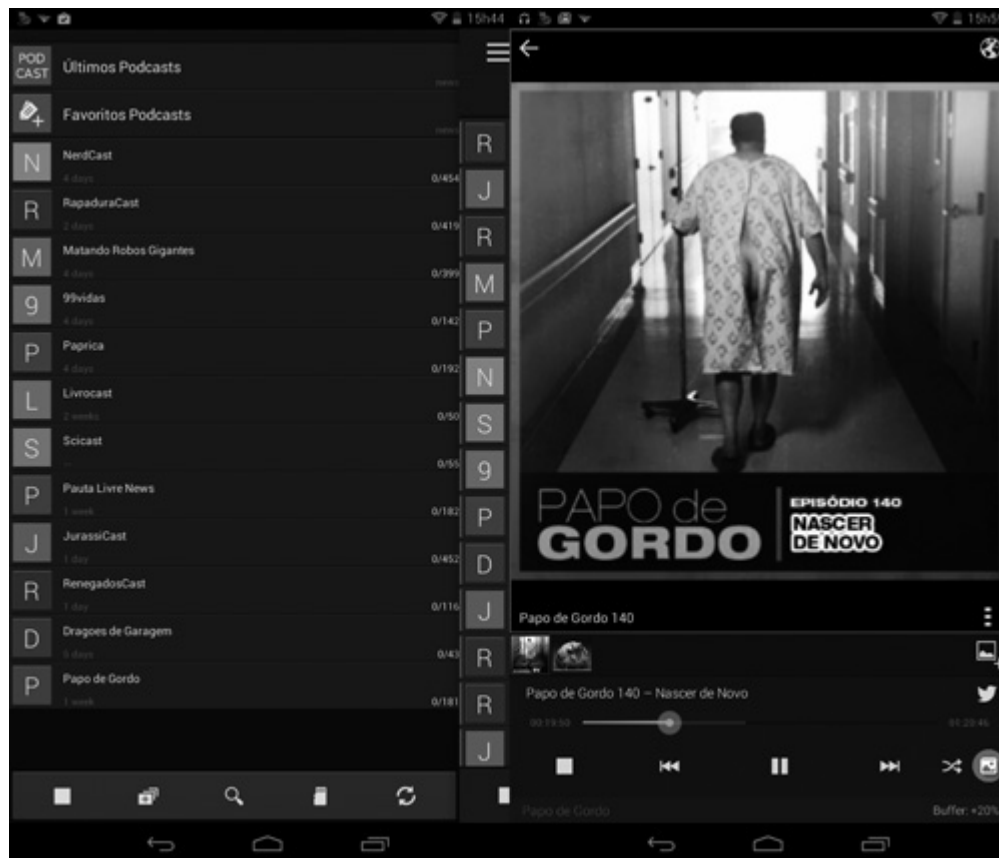
A quantidade desses aplicativos aumenta proporcionalmente à popularidade da mídia, então apresentamos aqui os mais utilizados em cada uma das principais plataformas mobile disponíveis: Android, iOS e Windows Phone.

-ANDROID

PodStore

O PodStore é um agregador de podcasts exclusivo para o sistema Android, desenvolvido por brasileiros, com aproximadamente 6MB de tamanho e que requer pelo menos a versão 2.3.3 do Android.

Além das funções de descobrir e inserir novos podcasts, possui também a função de inserir imagens nos episódios, para ilustrar o que está sendo falado, e compartilhar com os demais usuários (função ainda em desenvolvimento).



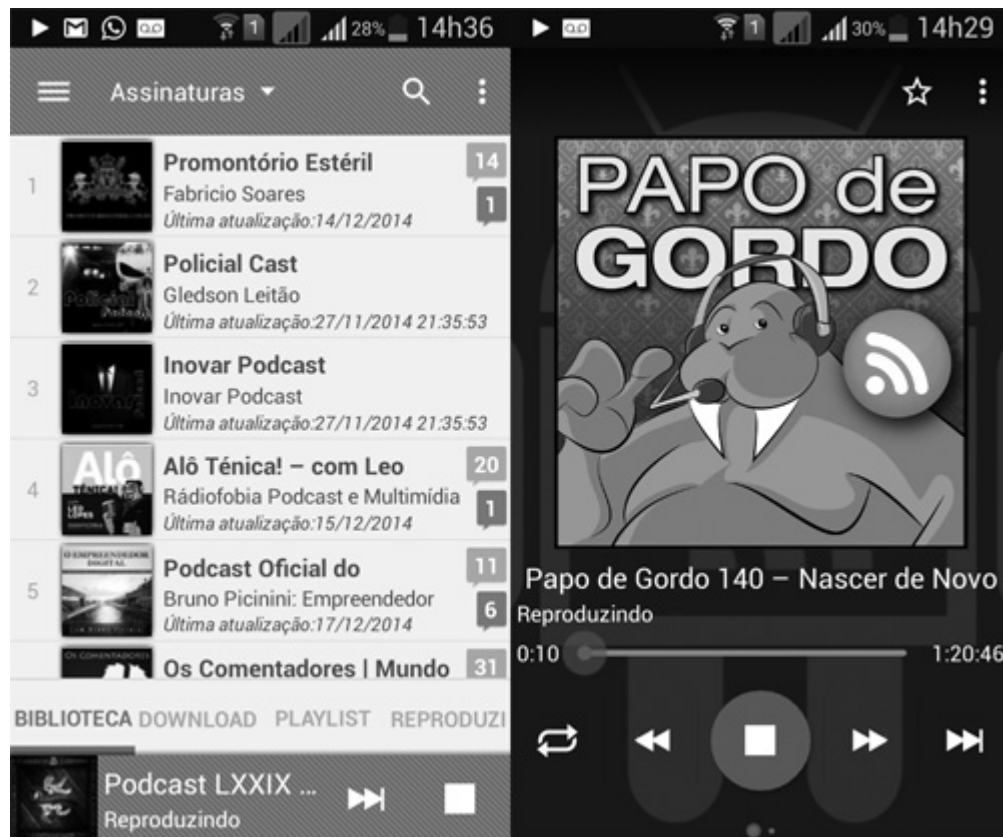
Podcast addict

Agregador de podcasts pago, mas leve e completo. Seus principais pontos positivos são: função *discovery* para conhecer novos podcasts; agendamento de download (e dos comentários, opcionalmente); modo carro, com teclas grandes; timer, para parar de tocar no tempo determinado; alocação por categorias; backup com exportação e importação da sua lista de podcasts favoritos.



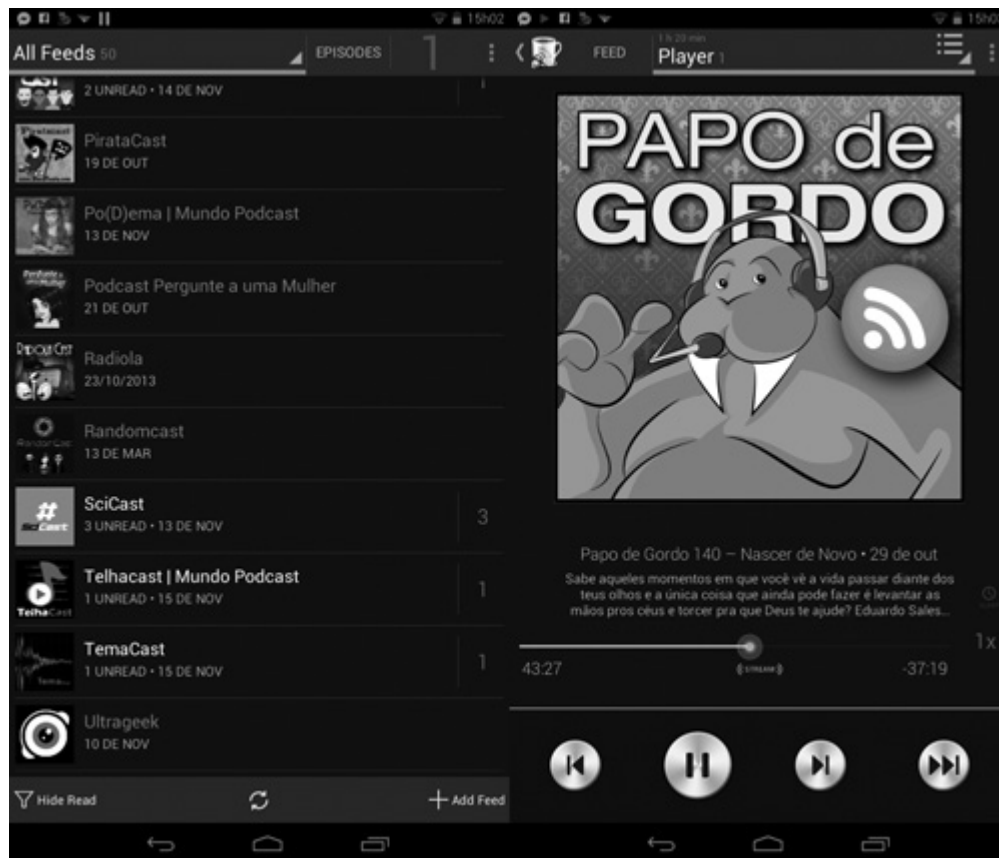
Podcast Republic

O Podcast Republic cumpre com o básico, mas com recursos à altura dos agregadores mais sofisticados. É estável e constantemente atualizado, possuindo recursos como controle de downloads e exclusão automática de episódios depois de tocar. Possui versão gratuita e licença para excluir os anúncios. E mais, é totalmente em português e utiliza o banco de dados dos podcasts da iTunes Store.



BeyondPod

O BeyondPod é um excelente aplicativo, que tem como característica principal a intuitividade: qualquer pessoa, ao usá-lo pela primeira vez, consegue facilmente realizar as principais tarefas, como assinar um podcast, baixar e ouvir os episódios. Além disso, possui um bom layout e carrega rapidamente, mesmo em aparelhos antigos com pouco poder de processamento.



-ANDROID E IOS

Pocket Casts

O Pocket Casts é um agregador com um belo visual, que mostra os programas assinados no formato de grade com as imagens das capas de cada um. No player também notamos esmero com a parte gráfica, cujo aspecto minimalista usa tons escuros e muda os detalhes de acordo com as cores das capas do programa executado.

Uma função bem explorada é a *Discover*, por meio da qual é possível encontrar novos pod-casts tanto pela popularidade quanto navegando pelas categorias do seu interesse.

O aplicativo possui ainda a função de sincronização em nuvem, que faz com que as assinaturas e o *status* de progresso de cada episódio seja compartilhado entre todos os dispositivos em que está instalado, assim como na plataforma web do agregador já citada acima.

Outra vantagem do Pocket Casts, muito útil para aumentar a popularidade dos podcasts, é a função de compartilhamento: quando você compartilha nas redes sociais o episódio que está ouvindo através do aplicativo, ele envia um link para uma página com um player incorporado, a capa e a descrição do episódio, facilitando muito para conquistar novos ouvintes.



-IOS

Podcasts

Aplicativo nativo de sistemas iOS exclusivo para audição de podcasts, desvinculando um pouco da iTunes Store. Disponível a partir da versão 6.0 do sistema iOS.

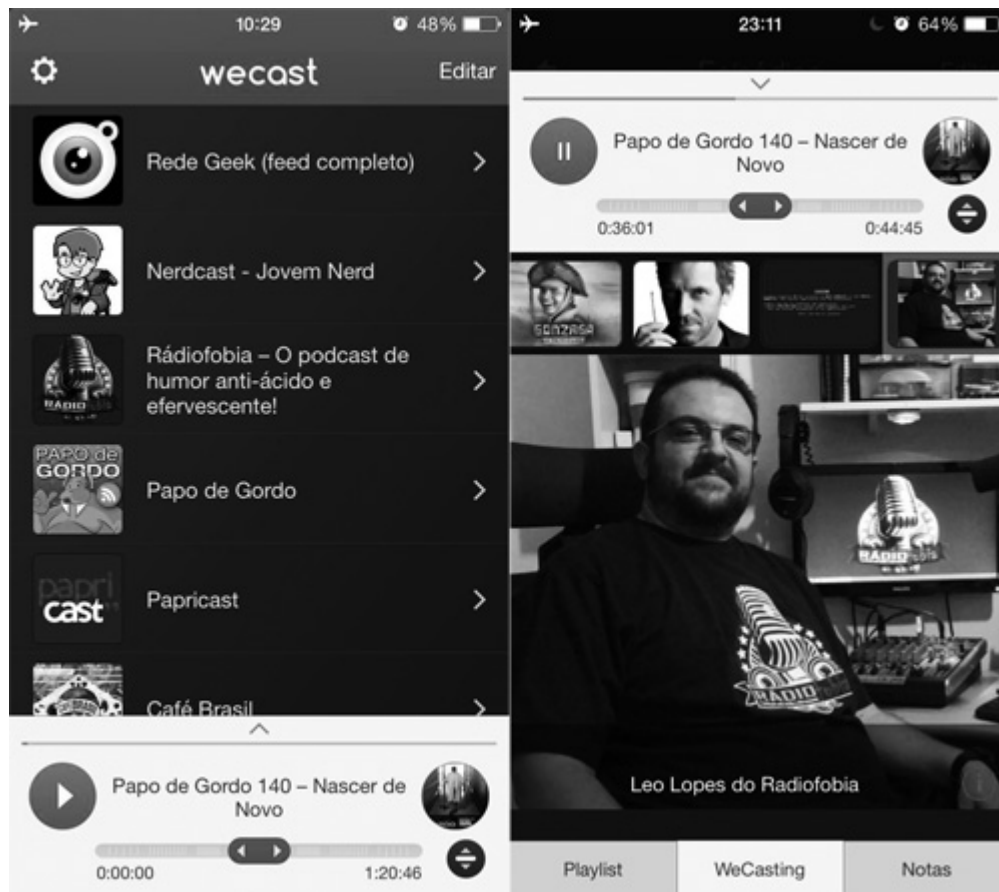


WeCast

O WeCast é um aplicativo agregador e player de pod-casts 100% brasileiro, desenvolvido por Eduardo Baião e anteriormente conhecido como MegabogaCasts.

A principal característica do WeCast, que já vem sendo copiada por outros aplicativos, é o fato de que os próprios usuários geram conteúdo e compartilham informações extras sobre os temas discutidos, incorporando imagens que são compartilhadas com todos, proporcionando uma experiência totalmente diferente.

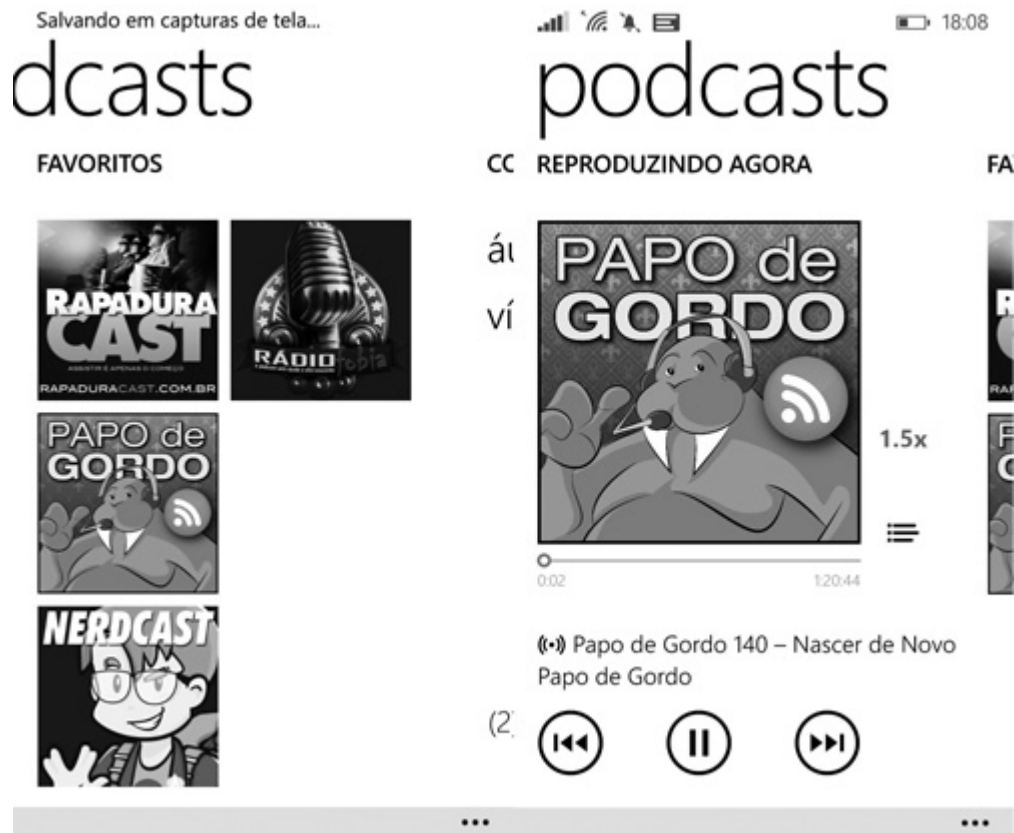
Por enquanto, o WeCast está disponível para aparelhos com o sistema iOS, mas uma versão para Android e outra para web já está em desenvolvimento.



-WINDOWS PHONE

Podcast Picker

O Podcast Picker é um agregador que permite baixar e ouvir podcasts diretamente no aparelho Windows Phone sem a necessidade de sincronizar com o Microsoft Zune.



Podcasts

O aplicativo possibilita bus-car, reproduzir em streaming, assinar e baixar episódios de milhares de podcasts de todo o mundo diretamente do Windows Phone.



REDES SOCIAIS E NETWORKING

Segundo os resultados da PodPesquisa 2014, 11% dos ouvintes brasileiros ficam sabendo do lançamento de novos episódios através das redes sociais, o que não pode ser desprezado pelos produtores de podcast. Além disso, as redes sociais são uma ferramenta bastante útil para a socialização com a podosfera em geral.

Assim, é recomendável criar ao menos um perfil oficial do programa no Twitter e uma fanpage no Facebook, e utilizá-los ativamente, tanto para relacionamento com os ouvintes e outros podcasters quanto para divulgar o lançamento de novos episódios.

Se você está começando ou ainda vai começar a produzir seu podcast, procure conhecer outros podcasters e trocar experiências. Se tiver alguma dúvida, não se acanhe e pergunte. Os produtores de podcast, em geral, são bastante receptivos com os novatos e adoram trocar informações sobre a mídia.

Além disso, existem inúmeras páginas e grupos de discussão de podcasters e ouvintes no Facebook que podem ser importantes ferramentas de socialização. Apresentamos algumas a seguir.

PODCASTER BR - www.facebook.com/groups/podcastbr/

Grupo integrado por mais de 4 mil pessoas entre produtores e ouvintes de podcast. Este grupo é destinado à discussão, busca por soluções de dúvidas e aos debates sobre a mídia podcast.



PODCAST: DISCUSSÕES - www.facebook.com/groups/podcast.discussoes/

Grupo com cerca de 800 pessoas, em sua maioria produtores de podcasts. Este grupo aceita apenas debates sobre a mídia.

DIA DO PODCAST

Em 21 de outubro de 2014 celebramos 10 anos de podcast no Brasil. Para comemorar a data, criamos o site, o Twitter, o grupo e a página oficiais do Dia do Podcast, que passa a ser celebrado anualmente pela podosfera com uma série de ações que visam aumentar a popularidade da mídia no Brasil.

Site: <http://diadopodcast.com.br/>

Twitter: <https://twitter.com/diadopodcast>

Grupo: www.facebook.com/groups/diadopodcast/

Página: www.facebook.com/DiadoPodcast

MUNDO PODCAST - www.facebook.com/MundoPodcast

Página do site Mundo Podcast, um portal agregador de podcasts, colunas, tutoriais e um conteúdo inteiramente voltado para produção de podcasts.

E é claro que não posso deixar de incluir aqui as páginas das minhas atividades voltadas à produção de podcasts:

CURSO DE PODCAST

Curso de Podcast é meu canal oficial para divulgação das minhas aulas, workshops, oficinas e palestras sobre produção e edição de podcasts.

No site é possível acompanhar também a agenda dos Cursos Presenciais e fazer a inscrição para as aulas e cursos on-line.

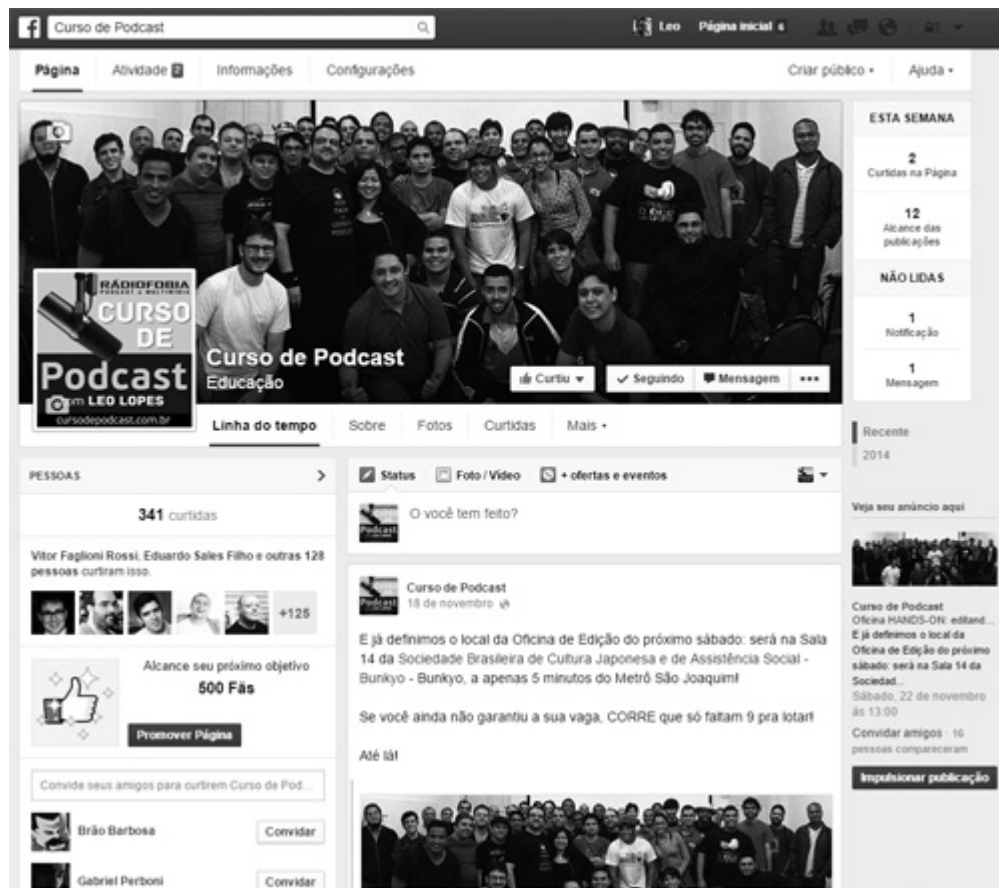
No canal do YouTube, é possível ter acesso a uma série de vídeos e tutoriais gratuitos sobre produção, edição e outros temas relevantes ao podcast.

Site: <http://cursodepodcast.com.br>

Canal no YouTube: www.youtube.com/cursodepodcast

Twitter: <https://twitter.com/CursoDePodcast>

Página: www.facebook.com/cursodepodcast



ALÔ, TÉCNICA!

Alô, Técnica! é meu podcast de produção de podcasts, de periodicidade quinzenal, no qual compartilho minha experiência e minhas impressões sobre a mídia e também respondo a perguntas e tiro dúvidas relacionadas à produção de podcast como um todo.

Grande parte do conteúdo deste livro foi "testada" no *Alô Técnica!* antes da sua publicação, assim como outros temas foram incorporados graças ao feedback recebido dos ouvintes.

Twitter: <https://twitter.com/alotenica>

Página: www.facebook.com/alotenica



B Ô N U S T R A C K

P R A Q U E M P E N S A E M
G A N H A R D I N H E I R O
C O M P O D C A S T



Bônus track: pra quem pensa em ganhar dinheiro com podcast

Em julho de 2013, a Apple anunciou que a iTunes Store bateu a marca de 1 bilhão de inscritos em mais de 250 mil podcasts únicos, que produziram mais de 8 milhões de episódios em mais de 100 idiomas diferentes¹⁷. Isso não é pouca coisa e mostra o exponencial crescimento do podcast, que vem cada vez mais deixando de ser uma ferramenta de distribuição de conteúdo para se afirmar como uma mídia e disputar anunciantes com as mídias tradicionais como rádio e TV.

Quem acompanha a cena do podcast em outros países, principalmente nos Estados Unidos, sabe que existem várias empresas especializadas e networks de podcasts que têm na produção e monetização dos programas uma atividade comercial consistente. Mas isso só é possível porque lá fora o podcast tem se tornado cada vez mais popular, e conseqüentemente, lucrativo¹⁸.

Segundo Todd Cochrane, CEO da RawVoice (empresa criadora do plugin PowerPress e que conta com mais de 20 mil podcasts em seu catálogo), o número mensal de ouvintes únicos de podcasts nos Estados Unidos triplicou dos 25 milhões de cinco anos atrás para impressionantes 75 milhões de ouvintes em 2014! Esse número não seria possível sem a popularização da mídia graças a fatores como o crescimento do uso de smartphones e de veículos com conexão Bluetooth e conectados à internet.

Podemos citar como exemplo o podcast *Serial*¹⁹, um fenômeno lançado em 2014 como um *spinoff* do programa de rádio *This American Life*, que se estima ter batido a marca de 5 milhões de downloads no iTunes, e assim se tornado o podcast mais baixado da história.

No entanto, apesar de já existir há mais de 10 anos, podemos dizer que o podcast como mídia ainda está engatinhando no Brasil.

Uma busca por “podcast” na seção de livros do site americano Amazon.com, por exemplo, teve 2.382 resultados das mais variadas publicações sobre o tema, enquanto a mesma busca na versão brasileira do mesmo site apresentou apenas UM resultado: *Reflexões sobre o podcast*, do qual sou coautor, publicado em janeiro de 2014 pela Marsupial Editora. Por aí podemos sentir como o podcast ainda é incipiente como mídia no Brasil.

Como você pode ver neste livro, não existe segredo para se produzir um podcast, e embora eu tenha criado uma linha de raciocínio lógico para isso, duvido muito que a maioria dos produtores de podcast da minha geração tenha pensado seriamente nesse aspecto quando começou a produzir seus programas. Na verdade nem eu pensei. Sim, porque é fácil fazer. Por essa mesma razão, a maioria dos podcasts brasileiros ainda constitui um hobby para quem faz. E não há pecado nenhum nisso.

Contudo, para que o podcast cresça e seja reconhecido como mídia, é necessário que surjam mais e mais produtores que abracem a produção de podcast profissionalmente, com qualidade tanto na parte técnica como no conteúdo.

Como eu já mencionei anteriormente, ninguém ainda ficou rico no Brasil produzindo podcasts. Nem o Jovem Nerd. É óbvio que o Nerdcast é o maior *case* de sucesso entre os podcasts nacionais, mas, se dependesse apenas do podcast, o grupo Jovem Nerd jamais teria se tornado tão bem-sucedido quanto é atualmente.

O Alexandre e o Deive são pessoas diferenciadas, extremamente criativas e empreendedoras, que souberam aproveitar o maior potencial do podcast para transformar o hobby em negócio: a vitrine!

Eles também, quando publicaram o primeiro NerdConnection em 2006, estavam apenas testando uma nova ferramenta de comunicação com seu blog, que já existia desde 2002. O sucesso do Nerdcast foi resultado de uma reação em cadeia alimentada por muita obstinação e esforço: a ferramenta ganhou simpatia do público, eles mantiveram a periodicidade e esmero na definição do conteúdo, que passou a ter feedbacks positivos, a audiência

começou a crescer, eles foram buscando opções para melhorar a qualidade técnica, o público respondeu positivamente, surgiram os primeiros parceiros e depois os anunciantes, assim como os produtos derivados do programa que deram origem à loja e a outras empresas, e o resultado disso você já sabe qual é.

Pergunte a qualquer um dos dois quantas noites em claro eles passaram editando o podcast ao longo dos seis anos que fizeram eles mesmos esse trabalho, antes de contratar a minha empresa para terceirizar a edição em 2012?

Hoje em dia é raro haver um Nerdcast sem um spot patrocinado, o programa tem milhões de downloads mensais e um público fiel que os segue em tudo o que fazem. Mas isso só foi possível porque, mesmo como hobby, eles sempre usaram o podcast como uma vitrine do seu profissionalismo. Mesmo quando não ganhavam nada por isso.

Eu mesmo produzi o Rádiofobia durante mais de quatro anos apenas com pequenas permutas e parcerias, suficientes para manter o programa no ar sem custos, mas não para me dar algum ganho extra. No entanto, a dedicação total à qualidade, principalmente técnica, e o uso do podcast como minha vitrine profissional foram fundamentais para que eu abrisse minha empresa em 2012 e fosse convidado a assumir a edição do Nerdcast e posteriormente de outros podcasts, como o Tecnocast.²⁰. Apesar de o podcast ser minha principal fonte de renda hoje em dia, isso não acontece graças aos meus programas diretamente, mas sim ao trabalho que desenvolvo na minha empresa **Rádiofobia Podcast e Multimídia**, produzindo, editando e ensinando as pessoas a fazerem podcast por meio de aulas, cursos e palestras.

Assim, se você pretende ganhar dinheiro com podcast, saiba que não será uma tarefa fácil, e você precisará se destacar dos demais com qualidade e profissionalismo, mesmo fazendo como hobby. Dedicação, esmero e persistência são palavras-chave para encarar esse desafio.

Tenho certeza de que, seguindo as dicas deste livro e adicionando o seu talento e sua criatividade, em breve teremos

outro campeão de audiência na podosfera!

17 <<http://leolop.es/itunes1bil>>. Acesso em: dez. de 2014.

18 <<http://leolop.es/podcastwpost>>. Acesso em: dez. de 2014.

19 <<http://serialpodcast.org/>>. Acesso em: dez. de 2014.

20 <<https://tecnoblog.net/categoria/podcast/>>. Acesso em: dez. de 2014.



POSFÁCIO

Caro leitor e podcaster:

Se você leu todas as páginas deste livro até chegar aqui, tenho duas palavras para lhe dizer: parabéns e obrigado!

Parabéns, porque só essa postura de ter comprado um livro, em pleno Século XXI, período em que a cultura digital domina cada vez mais as nossas vidas e existem tutoriais para tudo, já demonstra um esforço acima da média. Você se interessa por podcasts, talvez até já produza o seu, por alguma razão achou que este livro poderia ajudá-lo a melhorar a qualidade do seu programa e dedicou parte do seu precioso tempo para ler até o final. Sim, parabéns!

Obrigado, porque você confiou que minha experiência pudesse servir de auxílio no seu caminho como produtor de podcasts. Essa confiança faz todo o esforço ao longo desses anos valer a pena e me dá a certeza de que ter escolhido compartilhar o que eu sei com você através deste livro foi uma decisão acertada. Sim, obrigado!

Como o Billy disse lá no Prefácio, espero que, a esta altura, seu livro esteja todo rabiscado, cheio de marcadores coloridos nas páginas que você pretende voltar a consultar ao longo do seu processo de produção.

Espero, sinceramente, que sua experiência como pod-caster seja, acima de tudo, prazerosa, e que você, assim como eu, consiga fazer grandes amigos e viver momentos de muita risada e bom papo!

Estarei sempre à sua disposição através do meu Twitter @leoradiofobia, mas se quiser você também pode mandar um e-mail para leo@radiofobia.com.br. Será um prazer saber o que você achou do livro e principalmente receber a notícia de que seu podcast já está no ar!

Receba minhas melhores saudações podcastais!

Do amigo,

Leo Lopes

Título da Obra
PODCAST: GUIA BÁSICO

Autor
Leo Lopes

© 2015 Marsupial Editora Ltda.
Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta obra pode ser reproduzida ou transmitida por qualquer meio (escrito ou eletrônico) sem a prévia autorização por escrito da editora.

Ilustrações
Leandro Caracciolo

Colaboração
Thiago Miro

Projeto Gráfico e Diagramação
Design Company e Flavio Soares (design-company@uol.com.br)

Design de Capa
Studio Mói

Revisão
Leandra Trindade

Produção do arquivo ePub
Rejane Megale

MARSUPIAL EDITORA LTDA.
Caixa Postal 77100
Nova Iguaçu - RJ
CEP 26210-970
www.marsupialeditora.com.br

ISBN 978-85-66293-34-0