

---

## Produção de podcasts na UFPB: mapeando iniciativas e condições de produção<sup>1</sup>

Norma MEIRELES<sup>2</sup>  
Patrícia MONTEIRO<sup>3</sup>  
Universidade Federal da Paraíba, UFPB

### Resumo

A produção e o consumo de mídia sonora, sobretudo de podcast, teve elevado crescimento durante a pandemia do novo coronavírus. O presente trabalho tem o objetivo de investigar o panorama da produção de podcast no âmbito da Universidade Federal da Paraíba. Com base em pesquisa exploratória, o artigo apresenta a ocorrência de 19 podcasts. Os dados indicam também que a maioria teve início durante a pandemia e funciona remotamente como resultado da iniciativa de discentes, docentes e de projetos de extensão da UFPB.

**Palavras-chave:** Podcast; Produção; Universidade; Pandemia.

### Introdução

Com variedade de segmentos, formatos, linguagens e temáticas, o podcast tem recebido atenção da sociedade, do mercado e da academia. Empresas de comunicação, jornalistas, radialistas, pesquisadores e produtores das mais diversas áreas do conhecimento investem nessa mídia atentos a vantagens como baixo custo de produção e capacidade de armazenamento; possibilidade de fazer o *download* dos episódios, hospedados em plataformas de streaming de áudio e o consumo sob demanda.

Tendo as condições de trabalho, estudo e vida doméstica modificadas em virtude da maior crise sanitária mundial desde a gripe espanhola, as pessoas encontraram na mídia sonora informação e entretenimento para enfrentar os desafios colocados pelo novo coronavírus. Segundo o Kantar Ibope Media (2020), o consumo de rádio aumentou 20% nos primeiros meses da pandemia e 71% dos entrevistados disseram ouvir rádio.

Em tempos de mudanças sociais, o podcast se mostrou uma novidade para uns e uma oportunidade para outros. Para 46% dos ouvintes de rádio entrevistados pelo Ibope, a escuta se deu por meio de serviços de *streaming*. O consumo aumentou em 25% durante

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Rádio e Mídia Sonora, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutora em Educação pela UFPB. Professora do Departamento de Comunicação da UFPB e coordenadora do Curso de Radialismo. E-mail: norma.meireles@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação (UFPE). Professora adjunta do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da UFPB. E-mail: patriciamonteiriomendes@gmail.com

a pandemia. Entre os entrevistados, 24% disseram ouvir podcast, sendo que 10% aumentaram o consumo e 7% ouviram (KANTAR, 2020) pela primeira vez durante o distanciamento social.

O relatório *State of the Podcast Universe*, produzido pela empresa norte-americana *Voxnest*, aponta o Brasil, Reino Unido e Canadá, respectivamente, como os três países do mundo onde a produção de conteúdo para podcast mais cresceu desde o começo de 2020 (INTRODUCING..., 2020). Como esses dados podem ser visualizados no contexto da universidade pública? De onde se originam as iniciativas vigentes? De que forma tais iniciativas se adaptaram para a produção remota? Tendo como foco o âmbito da produção universitária, este artigo tem a finalidade de compreender as iniciativas de podcasts em curso na Universidade Federal da Paraíba. Por meio de uma pesquisa exploratória, foi possível mapear quais as principais temáticas abordadas, quem compõe a equipe, como se dá o trabalho em tempos de distanciamento entre produtores, entrevistados e ouvintes, entre outros aspectos.

Kischinhevsky; Lopez e Benzecry (2020) identificaram o aumento na produção de podcasts em universidades brasileiras, tendo a pandemia de Covid-19 como pauta norteadora. Desse modo, entende-se que o presente artigo contribui com o debate sobre essa mídia sonora, tomando como ponto de partida a mobilidade. Em seguida, aborda as estratégias de produção remota diante da crise do novo coronavírus e, por fim, apresenta os resultados das iniciativas em vigor na Universidade Federal da Paraíba.

### **Produção de podcasts em ambientes móveis**

A profusão dos dispositivos móveis e das tecnologias digitais é pano de fundo de uma série de transformações nas formas de ouvir e fazer rádio, identificadas por Prata (2008) como “radiomorfose”. Disponível na web e ao alcance da palma da mão, o podcast é uma das expressões mais bem-sucedidas desse processo de mudança que redefiniu a produção e o consumo do rádio, hoje expandido (KISCHINHEVSKY, 2017) e hipermediático (LOPEZ, 2010).

No ano em que se vive a maior crise sanitária da história mundial, o podcast entra em uma nova etapa de evolução e crescimento, ao configurar o que Bonini (2020) denominou de “segunda era do podcasting”. Para o autor, o formato deve ser

---

compreendido como uma mídia digital massiva, mas com produtores, modelos de negócio, mercados e públicos próprios, uma vez comparado à radiodifusão .

Ao longo de seus 16 anos de existência, a evolução do podcast como meio de comunicação corresponde também à uma explosão do formato nas mídias tradicionais. Ao lançar a “novidade”, em 2019, o Jornalismo da Rede Globo destacou como “vantagem” a mobilidade, para uma população que “gasta quase duas horas para ir e voltar do trabalho”. Com o repórter sentado em um metrô e usando *headphone*, a reportagem destaca: “é tipo um programa de rádio que não tem hora pra acontecer [...] uma das vantagens do podcast é que você pode ouvir na hora que você quiser e em qualquer lugar. Coloca teu fone de ouvido e não atrapalha ninguém” (JORNALISMO..., 2019).

Elemento primordial da linguagem radiofônica e, por sua vez, do podcast, o som se expande ao ser disseminado em tablets e smartphones. No entender de Silva (2013), a mobilidade amplia o potencial do jornalismo em contar histórias e exercer seu compromisso social. Com a possibilidade de conversar com as fontes, gravar e editar áudio, enviar este conteúdo por meio da internet e sem necessariamente estar no estúdio ou nas ruas, a produção é reconfigurada mediante o uso de aparelhos celulares. Para Lopez (2012), estes não apenas possibilitam a produção multimídia, por parte das emissoras, como também geram um ouvinte mais participativo e apto a receber conteúdos sob demanda, a exemplo de podcasts.

Segundo pesquisa Ibope, a parcela da população brasileira mais interessada em podcast é jovem, homem e integrante das classes A e B. Entre os jovens pesquisados, 47% escutam a mídia. O celular é o dispositivo mais usado para ouvir podcast (75%) (1/3 DOS..., 2019). Outra ocorrência no contexto da mobilidade e de uma população tão conectada, é a quebra do monopólio da emissão (somente jornalistas, radialistas e emissoras falam) e a emergência de consumidores de mídia que também a utilizam como produtores de conteúdo.

A produção em áudio em formato de podcast também pode ser considerada alternativa para o ensino, a pesquisa e, em suma, a comunicação entre os diversos atores da universidade e a comunidade. Aliás, o uso do rádio e das mídias sonoras na educação não são uma novidade, mas vivem um novo ciclo.

No entanto, se 2019 foi considerado o ano do podcast, o início da sua “era de ouro” (BARROS, 2019) - quando também se estabeleceu pela Comissão Internacional de Acústica que 2020 seria o Ano internacional do som (SERRANO, 2019) - ainda não era possível imaginar naquele ano, o mesmo da descoberta do novo coronavírus, que uma emergência sanitária em moldes pandêmicos assolaria o planeta e levaria a experiências acústicas, desde as pouco observadas nas grandes metrópoles, como o silêncio nas ruas, o canto de pássaros, de aplausos e cantorias nas janelas, até a intensificação das produções, circulação e consumo de podcasts.

Nas universidades, a exemplo da Universidade Federal da Paraíba, ações extensionistas que priorizavam atividades presenciais extramuros institucionais, foram adaptadas, recorrendo às Tecnologias de Informação e Comunicação. No caso específico da UFPB, a IES incentivou inicialmente, via normativas internas, a produção de vídeos, e posteriormente e de áudio também. Neste contexto, a Pró-Reitoria de Extensão também aderiu ao podcast (NOVAS..., 2020), criando um novo canal institucional, o Podex.

## **Metodologia**

A presente pesquisa tem como material empírico podcasts produzidos no âmbito da Universidade Federal da Paraíba. O levantamento foi aberto a todas as iniciativas, a saber, relacionadas a web rádios, projetos de extensão, produção em disciplinas de graduação e de pós-graduação, assessoria de comunicação da instituição, bem como iniciativas de discentes, docentes e técnico-administrativos.

Esta pesquisa é uma das iniciativas em curso no que se refere a mapeamento sobre a produção de podcasts universitários. Citamos dois exemplos que serviram como inspiração para o presente estudo. O primeiro refere-se a levantamento geral dos podcasts no Brasil, sob a coordenação do professor Luãn Chagas, da Universidade Federal do Mato Grosso (UFMT). Outra iniciativa foi a curadoria realizada pelo mestrando da Universidade Federal do Ceará (UFC), Bruno Balacó (2020), a convite do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (Conjor). A pesquisa, divulgada em 18 de junho de 2020, identificou 12 produções, nos formatos mesa redonda, entrevista, informativo, divulgação científica, entre outros segmentos.

O levantamento ora apresentado foi criado a partir do Google Forms, que permite elaborar um formulário próprio, a partir de conta do Gmail. As autoras produziram as perguntas de forma colaborativa e os respondentes também participaram remotamente, por meio de acesso a um link.

A divulgação ocorreu através do envio de e-mails para grupos de professores e discentes de graduação e pós-graduação, publicação de notícia em site da assessoria de comunicação da universidade, redes sociais (Instagram e Facebook) dos projetos de extensão sob a coordenação das professoras organizadoras do mapeamento e ainda lista de transmissão da Associação dos Docentes da UFPB (ADUFPB) no *WhatsApp*.

O estudo em foco apresenta os podcasts a partir de seus produtores, temáticas, estratégias e condições de produção e de divulgação. Tendo em vista que a pesquisa exploratória não tem a finalidade de promover constatações rígidas, mas propiciar uma visão geral de um determinado fato (GIL, 2008), entende-se que esta opção metodológica contempla o objetivo das pesquisadoras em compreender como se dá a produção de conteúdo em áudio na maior universidade pública do estado paraibano. Com os dados, será possível ainda identificar a posição da UFPB numa possível comparação com outras universidades brasileiras, sobretudo públicas.

Além de exploratória, a metodologia é também descritiva, na medida em que o mapeamento buscou levantar que tipo de conhecimento tem sido produzido e de onde emergem essas iniciativas (se de projetos individuais ou coletivos), os questionamentos abordaram aspectos relativos ao conteúdo, como também às condições de produção.

O público-alvo da pesquisa foi a comunidade acadêmica. O formulário online esteve disponível para preenchimento no período de 10 de setembro a 10 de outubro de 2020 e obteve 19 respostas. A estrutura foi composta por quatro seções, assim nomeadas: 1) identificação do nome e RSS; 2) condições de produção; 3) gênero e formato e 4) produção de podcast e pandemia. Os resultados da pesquisa serão discutidos a seguir.

## Podcasts na UFPB: primeiros resultados

Das 19 produções (ver quadro 1) participantes da pesquisa, 42% são iniciativas de discentes. Isso demonstra que os alunos da UFPB corroboram a informação de que os jovens são os mais interessados no formato.

Quadro 1 – Podcast universitários na UFPB

Podcast	RSS
Beneditas	<a href="https://anchor.fm/s/24d503bc/podcast/rss">https://anchor.fm/s/24d503bc/podcast/rss</a>
Café com Medicina	<a href="https://anchor.fm/cafecommedicina">https://anchor.fm/cafecommedicina</a>
EFOPLI Connects	<a href="https://anchor.fm/s/13e546e8/podcast/rss">https://anchor.fm/s/13e546e8/podcast/rss</a>
FoodCastBrasil	<a href="https://anchor.fm/s/1fcb9d68/podcast/rss">https://anchor.fm/s/1fcb9d68/podcast/rss</a>
ITCast	<a href="https://anchor.fm/s/3190bec0/podcast/rss">https://anchor.fm/s/3190bec0/podcast/rss</a>
Jornadas	<a href="https://open.spotify.com/show/5lJKaj8Q0YfQ565CRyP44M?si=6eJKNuT6QJmDN30xf4ciBA">https://open.spotify.com/show/5lJKaj8Q0YfQ565CRyP44M?si=6eJKNuT6QJmDN30xf4ciBA</a>
Mal Passado ao Ponto	<a href="https://anchor.fm/s/277f633c/podcast/rss">https://anchor.fm/s/277f633c/podcast/rss</a>
Maria Bonita Podcast	<a href="https://anchor.fm/s/2fbbba64/podcast/rss">https://anchor.fm/s/2fbbba64/podcast/rss</a>
Na Pauta de Hoje	<a href="https://feeds.soundcloud.com/users/soundcloud:users:832536520/sounds.rss">https://feeds.soundcloud.com/users/soundcloud:users:832536520/sounds.rss</a>
NEDET UFPB	<a href="https://anchor.fm/s/2e1c0290/podcast/rss">https://anchor.fm/s/2e1c0290/podcast/rss</a>
Pausa para calma	<a href="https://anchor.fm/s/22d8d46c/podcast/rss">https://anchor.fm/s/22d8d46c/podcast/rss</a>
Pensando Mídia	<a href="https://anchor.fm/s/2ab16f28/podcast/rss">https://anchor.fm/s/2ab16f28/podcast/rss</a>
Perspectivas Podcast	<a href="https://feeds.soundcloud.com/users/soundcloud:users:807194581/sounds.rss">https://feeds.soundcloud.com/users/soundcloud:users:807194581/sounds.rss</a>
PodEx	<a href="https://feeds.soundcloud.com/users/soundcloud:users:851933680/sounds.rss">https://feeds.soundcloud.com/users/soundcloud:users:851933680/sounds.rss</a>
Rúben Salomão Entrevista	<a href="https://anchor.fm/s/23f61508/podcast/rss">https://anchor.fm/s/23f61508/podcast/rss</a>
Saúde em Comunidades	<a href="https://anchor.fm/sade-em-comunidades">https://anchor.fm/sade-em-comunidades</a>
Selecionados	<a href="https://open.spotify.com/show/07Jyy6dUUcZ2kS4N3ZrnuR">https://open.spotify.com/show/07Jyy6dUUcZ2kS4N3ZrnuR</a>
Senta Que Lá Vem História	<a href="https://anchor.fm/s/191f7908/podcast/rss">https://anchor.fm/s/191f7908/podcast/rss</a>
Tramas da Quarentena	<a href="https://anchor.fm/s/27d372c4/podcast/rss">https://anchor.fm/s/27d372c4/podcast/rss</a>

Fonte: Dados da pesquisa

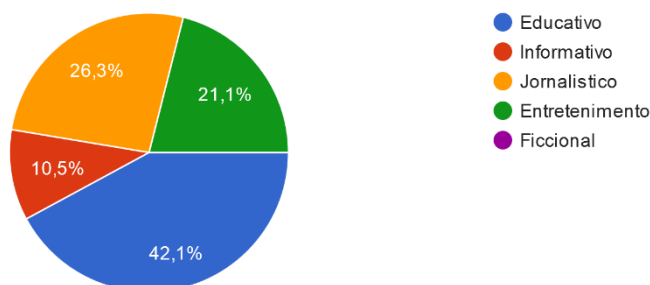
Quantos aos aspectos relativos à produção propriamente dita, a maioria (7 iniciativas) têm periodicidade semanal, com a participação de 3 a 5 pessoas na equipe (9) e utiliza apenas celular (5) ou celular mais notebook ou computador (5) para a gravação e edição do material. Apenas 3 iniciativas disseram possuir equipamentos profissionais para a captação e a edição do material sonoro. Para uma população altamente conectada, os dispositivos móveis são utilizados tanto para o lazer quanto para atividades de trabalho,

como a elaboração de podcasts. Isso confirma o uso de *smartphones* em todas as etapas produtivas: do contato com as fontes à formatação do material a ser entregue ao público.

Quanto à forma de organização desses conteúdos, a pesquisa exploratória demonstra que 8 entre os 19 podcasts se auto-identificam como sendo do gênero educativo, conforme mostramos no gráfico 1.

Gráfico 1: Gênero de Podcasts na UFPB

Gênero  
19 respostas



Fonte: Dados da pesquisa

O segundo gênero mais recorrente foi o jornalístico. Assim, a transmissão de conteúdos voltados a instruir acerca de um determinado assunto ou prática, bem como orientando a divulgar informações de um modo mais abrangente, apostando na linguagem jornalística, destacam o papel formador da universidade.

No que se refere ao formato, entre os 19 podcasts participantes da pesquisa, foram identificados os seguintes: entrevista (11), mesa redonda (4), narrativo (2), documentário (1) e o formato híbrido de mesa-redonda e entrevista (1).

A prevalência (80%) dos formatos mesa-redonda e entrevista destacam o debate e a conversa com especialistas como estratégias para a discussão dos assuntos abordados nos podcasts universitários elaborados por discentes, docentes ou projetos de ensino e extensão da UFPB.

Ao especificar as diferentes possibilidades de formatos radiofônicos, Ferraretto (2014, p.74) compreende a mesa-redonda como “um tipo de programa, constituído pela opinião de convidados ou participantes que se aprofundam em temas da atualidade,

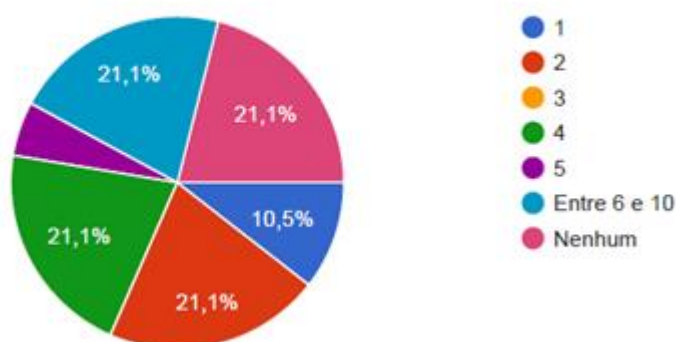
interpretando-os”. A entrevista, por sua vez, é uma formato predominante nos programas jornalísticos e dedica-se à análise dos fatos por meio da interação entre um apresentador e um convidado.

Todos os podcasts que responderam a pesquisa utilizam as redes sociais digitais para a divulgação dos produtos. Entre estas, o Instagram e Facebook são as mais utilizadas para expandir o conteúdo dos agregadores de *streaming* de áudio, como Anchor e Spotify, para outros meios. Isso confirma o transbordamento da mídia sonora, bem como a perspectiva operada no contexto de mobilidade de pôr em debate os comunicadores e os ouvintes, permitindo que estes criem outras discussões a partir do conteúdo em si e ainda colaborem com opiniões, sugestões e críticas.

A quarta e última parte da pesquisa buscou compreender a relação entre podcasts universitários e pandemia de covid-19. Os dados mostraram que 17 dos 19 podcasts tiveram início durante a pandemia. . Ademais, como mostra o gráfico 2, apenas quatro (21,1%) dos respondentes disseram não ter abordado a temática da pandemia em nenhum dos episódios.

Gráfico 2 – Pandemia como temática

19 respostas



Fonte: Dados da pesquisa

Desta forma, em primeira análise, pode-se dizer que mesmo que a maioria tenha se iniciado no contexto da pandemia, a produção de conteúdo não ficou necessariamente atrelada a pautas relacionadas à Covid-19, buscando outras formas de diálogo com a sociedade para além da informação e prestação de serviço, mas também como entretenimento, como forma de estar junto.



---

## Considerações finais

Entende-se que o mapeamento sobre as iniciativas de podcasts na UFPB oferece um olhar panorâmico sobre questões já discutidas neste artigo acerca do aumento na produção e no consumo de podcasts no Brasil, bem como sobre as possibilidades de produção em áudio em contexto de mobilidade e transbordamento da mídia sonora.

Este trabalho focaliza a produção em áudio em uma instituição de ensino superior pública no nordeste brasileiro, contribuindo para a investigação acadêmica sobre a pesquisa em áudio nesta região, tendo em vista que a maioria das pesquisas científicas em rádio e mídia sonora focalizam objetos e pesquisadores situados no eixo sul-sudeste (SILVA, 2014). Trata-se ainda de um levantamento inédito nos limites da UFPB, considerando-se o escopo da pesquisa: a produção em áudio no formato podcast.

A mídia sonora, sobretudo o podcast, é uma ferramenta oportuna para a promoção da educação, da comunicação e da cultura, sendo este um importante aliado no processo de experimentação de ideias, linguagens e abordagens dos mais diversos assuntos. A emergência de 19 podcasts na UFPB, com formatos e temáticas distintas, indica o potencial criador que emana da universidade, despertando discentes e docentes para a produção remota, móvel e voltada para a convergência de mídias.

Outro aspecto evidente é a contribuição das iniciativas vigentes com a comunidade externa, gerando formação de conhecimento e ampliando o acesso às informações a partir da produção universitária, o que realça ainda a importância do podcast no fomento à educação e à cidadania.

A partir desta pesquisa inicial, pretende-se ampliar a investigação para aspectos que não foram contemplados neste primeiro estudo, a saber: como se deu a formação dos produtores; quais as formas de interação com a audiência; de que maneira a interdisciplinaridade se apresenta tanto na criação de equipes quanto na abordagem de temáticas; de que maneira da área de comunicação está envolvida em produtos desenvolvidos pelas demais áreas de conhecimento.

Por fim, mas não menos importante, em desdobramentos futuros cabe estudar a relação entre podcast e web rádio na UFPB, uma vez que pelo menos dois dos podcasts universitários (quadro 1) estão vinculados da Rádio Porto do Capim e que as primeiras

experiências de web rádio na instituição surgiram em 2008, com a Web Rádio Intercampus, projeto descontinuado em 2012.

## REFERÊNCIAS

1/3 DOS INTERNAUTAS BRASILEIROS NÃO SABEM O QUE É PODCAST.

**Ibope conecta**. 7 jun. 2019. Disponível em: <http://ibopeconecta.com/1-3-dos-internautas-brasileiros-nao-sabem-o-que-e-podcast/> Acesso em: 10 out. 2020.

BALACÓ, Bruno. Podcasts universitários para ouvir em tempos de distanciamento social. 18 jun. 2020. **Conjor**. Disponível em: <https://www.conjor.com.br/post/podcasts-universit%C3%A1rios-para-ouvir-em-tempos-de-distanciamento-social>. Acesso em: 20 jun. 2020.

BARROS, Luiza. A era de ouro dos podcasts: entenda o boom dos programas de áudio on-line. **O Globo**. Cultura. 21 abr. 2019. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/a-era-de-ouro-dos-podcasts-entenda-boom-dos-programas-de-audio-on-line-23612273>. Acesso em: 01 out. 2020.

BONINI, T. A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. Tradução: Marcelo Kischinhevsky. **Radiofonias**. Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 13-32, jan./abr. 2020.

FERRARETTO, L. A. **Rádio**: Teoria e prática. São Paulo: Summus, 2014.

INTRODUCING THE 2020 MID-YEAR PREVIEW. **Voxnest**. 30 jun. 2020. Disponível em: <https://blog.voxnest.com/2020-mid-year-podcast-industry-report/> Acesso em: 11 out. 2020.

JORNALISMO DA GLOBO LANÇA NOVOS PODCASTS. Globo News. Em ponto. 28 ago. 2019. **G1**. Disponível em: <http://g1.globo.com/globo-news/videos/v/jornalismo-da-globo-lanca-novos-podcasts/7870820/>. Acesso em: 10 out. 2020.

KANTAR IBOPE MEDIA. Covid-19. Impactos no consumo de mídia| Rádio. Brasil/Consumo de rádio. **Kantar Ibope Media**. 09 abr. 2020. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/brasil-consumo-de-radio/>. Acesso em: 02 out. 2020.

KISCHINHEVSKY, M; LOPEZ, D. C.; BENZECRY, L. Podcasting tensiona categorizações e ganha, enfim, destaque como objeto de estudos. **Radiofonias**. Revista de Estudos em Mídia Sonora, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 06 - 12, jan./abr. 2020

KISCHINHEVSKY, M. **Rádio e mídias sociais**: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

LOPEZ, D. C. **Radiojornalismo hipermidiático**: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all News brasileiro em um contexto de convergência tecnológica. Covilhã: LabCom Books, 2010.

---

NOVAS MÍDIAS PARA A EXTENSÃO. **UFPB**. PRAC .Notícias. 01 out. 2020.  
Disponível em: <http://www.prac.ufpb.br/prac/contents/noticias/prac-1/novas-midias-para-a-extensao>. Acesso em: 02 out. 2020.

SERRANO, Pablo. Ano Internacional do Som: iniciativa global ressalta importância da acústica para a sociedade. 28 out. 2019. **Portal acústica**. Disponível em: <http://portalacustica.info/ano-internacional-do-som/>. Acesso em: 01 out. 2020

SILVA, E. R. A. Produção científica sobre o rádio na internet abordagem temática e metodológica. **Comunicologia**: v. 7, n. 1, jan./jun., 2014.