



COMO PRODUZIR UM PODCAST DE TECNOLOGIA INOVADOR?

Pensando em produzir um podcast de tecnologia?

Este e-book mostra toda a história deste estilo de produção de conteúdo e ensina o passo a passo para tirar sua ideia do papel!

ÍNDICE

Introdução	03
1. A história dos podcasts: das ondas sonoras às digitais	04
2. Podcast de tecnologia: por que investir?	05
3. O que faz dos podcasts uma escolha tão popular?	06
4. Quais as principais características de um podcast	07
5. Principais modelos e gêneros de podcast	08
6. Hospedagem dos podcasts	09
7. O que são agregadores de podcasts	11
8. Ranqueamento e distribuição dos podcasts	12
9. Siga 10 passos para tirar seu podcast de tecnologia do papel	13
Considerações finais	17
Referências	17



INTRODUÇÃO

Podcasts estão bombando! É bem provável que você já tenha os seus programas preferidos e esteja sempre atento às novas publicações. Ou, se este ainda não é um tipo de conteúdo da sua preferência, pelo menos você deve ter ouvido falar deles durante os comerciais do **Spotify**.

Atualmente já é possível hospedar os podcasts em diversos *players* e plataformas diferentes, como o próprio Spotify, **Apple Podcasts** e **Google Podcasts**, sendo o streamer de músicas a escolha principal entre os podcasters.

A versatilidade é um dos principais fatores que contribuem para este tipo de conteúdo ter se tornado tão popular, **principalmente pela geração Millennial**. Por não ser visual, os ouvintes podem consumi-lo enquanto fazem outras tarefas. Além disso, o consumo é fácil e eles podem abordar qualquer assunto, inclusive um **conteúdo de tecnologia inovador**.

Se você quer entender mais sobre **podcast de tecnologia** porque ainda se sente inseguro para criar seu próprio material, vamos dar uma dica: fazer parceria com uma empresa de **marketing de conteúdo tech** pode ser uma boa escolha na hora de criar um **roteiro de podcast** cheio de potencial!

Neste ebook reunimos tudo o que você precisa fazer para entrar nessa onda dos podcasts!



1. A HISTÓRIA DOS PODCASTS: DAS ONDAS SONORAS ÀS DIGITAIS

A primeira transmissão de voz humana no Brasil aconteceu em 1899. Contudo, apenas em 1922 é que esta tecnologia começou a ser utilizada para entretenimento, nos formatos dos programas de rádio de hoje.

Desde sua criação, o rádio foi utilizado como meio mais fácil de levar informações importantes para grandes massas. No Brasil, por exemplo, a primeira transmissão foi o pronunciamento do presidente da época em comemoração aos cem anos da independência do país.

Até 2002 essas transmissões eram feitas por meio de ondas sonoras captadas por microfones em uma sala acústica. Estas ondas, então, eram transformadas em corrente elétrica e enviadas ao público por meio de uma antena. Desde então e até hoje este processo é feito via satélite e tornou-se 100% digital.

Os programas, então, passaram a ser gravados e transformados em arquivos de extensão mp3 que ficavam disponíveis em sites. Para o público, era necessário acessar os sites e baixá-los. Todo este processo era trabalhoso e, por isso mesmo, este tipo de conteúdo não tinha se tornado ainda popular.

Foi apenas em 2004 que o áudio foi transferido por meio de um agregador, que são aplicativos ou sites que reúnem e transmitem arquivos de som. Neste caso específico, estamos falando do [iTunes](#).

Todo este processo de gravar e transmitir conteúdos de áudio para Ipods — players portáteis da Apple — e possibilitar que as pessoas consumissem livremente foi chamado de Podcasting. Esta palavra é uma combinação de Ipod e broadcasting (transmissão pública de conteúdos).

No Brasil, no mesmo ano da estreia norte-americana, surgiram dois importantes podcasts: o Digital Minds e o Podcast do Gui Leite, que abordavam diversos temas, como tecnologia, cultura geek, viagens, entre outros.

Mas apenas em 2019 este tipo de conteúdo passou a ser mais consumido. De acordo com pesquisa da Deezer, no mesmo ano o consumo de podcasts no Brasil aumentou 67%, e 117% na plataforma. E em 2020, o hábito de ouvir esse formato digital ganhou ainda mais impulso durante a pandemia.



2. PODCAST DE TECNOLOGIA: POR QUE INVESTIR?

Até 2019 o consumo de podcast já vinha mostrando um crescimento acelerado. Contudo, em 2020, com a pandemia do novo coronavírus e o isolamento social, a procura por esse tipo de conteúdo cresceu ainda mais.

De acordo com a pesquisa [Coronavirus Research](#), da [Global Web Index](#):

18%

de crescimento de
podcast ao redor
do mundo

24%

entre os Millennials
este número foi
ainda maior

68%

deste novo público
afirma que pretende
continuar a consumir
os podcasts

Esta ampla aceitação tem mostrado para as empresas que criar um podcast pode ser uma nova maneira de melhorar o engajamento e a autoridade da marca e aumentar a geração de tráfego para o site. Oferecer um **conteúdo sobre tecnologia inovador**, por exemplo, além de levar todos estes benefícios, ainda educa a audiência e os demais profissionais da área.

Para o marketing de tecnologia, os podcasts representam inovação e mais engajamento. Periodicidade, fácil consumo e abordagem informativa são características que fidelizam a audiência e ajudam a construir uma boa relação entre marcas e consumidores.



3. O QUE FAZ DOS PODCASTS UMA ESCOLHA TÃO POPULAR?

A **ABPod, Associação Brasileira de Podcasters** junto à **CBN**, conduziu, durante 10 anos, uma pesquisa para identificar quais comportamentos da sociedade foram responsáveis por tornar este tipo de mídia tão popular nos últimos anos.

Segundo a PodPesquisa, 92,1% dos ouvintes utilizam os próprios smartphones para escutar os programas. Ou seja, num país como o Brasil, que tem mais de 230 milhões de dispositivos móveis ativos, fica muito fácil acompanhar as programações preferidas.

Outra característica que faz do podcast mais popular a cada dia é que, pelo fato de poder ser consumido durante atividades corriqueiras, grande parte do público acaba transformando este consumo numa rotina.

De acordo com a pesquisa, 79% do público ouve podcasts durante deslocamentos. Outro 68% consome estes conteúdos enquanto realiza tarefas domésticas e 46% prefere ouvi-los ao realizar atividades físicas.

A diversidade de temas disponíveis é mais um fator que contribui para a popularidade do podcast.

A PodPesquisa diz que 87,7% dos ouvintes usam apenas como entretenimento, já 80,7% ouve para aprender coisas novas e 79,9% consome como fonte de informação.

É claro que, apesar de comprovado que a produção de podcasts pode ser uma forma eficiente de apresentar conteúdos, este tipo de mídia só se tornou popular nos últimos anos.

4. QUAIS AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DE UM PODCAST

Mas do que é feito um podcast? Existem várias características que distinguem o podcast de outras mídias sonoras. Para ser, de fato, pertencente a essa categoria, o conteúdo precisa além de ser feito em áudio, cumprir algumas regras. A principal delas é:

A periodicidade!

Podcasts ganharam essa conotação de mídia periódica, da qual se espera constância nas publicações. Mesmo quando feitas em séries com grandes hiatos entre temporadas, são um tipo de formato que depende dessa lógica de consumo. É isso que o público espera: ouvir semanalmente, quinzenalmente, mensalmente e até semestralmente aquele podcast que gosta.

Além da periodicidade, você precisa pensar que o podcast deve seguir um padrão. Duas outras características ajudam a padronizá-lo:



Duração: quando você estabelecer uma duração para seu podcast, tente segui-la à risca em todos os roteiros. Dessa maneira o ouvinte já sabe o que esperar e encaixa o podcast na rotina. Um áudio de 15 minutos pode ser ouvido tranquilamente no intervalo do almoço. Já gravações maiores, que chegam perto de 1 hora de duração, demandam mais disponibilidade. Por isso, essa definição é tão importante para o consumo do podcast.



Formato: você pode criar vários tipos de podcasts, desde os mais informativos aos que focam no entretenimento. Então, explore formatos como entrevistas, mesas redondas, apresentação de notícias, esquetes humorísticas e até quadros ficcionais são bem-vindos. Quanto mais você combinar esses formatos, mais dinâmico se torna o seu podcast.

Perceba que, ao criar um podcast de tecnologia na sua empresa, você deve ouvir outros que já fazem sucesso. Além disso, é bem importante se inspirar no rádio. Tudo que faz sucesso nessa mídia tradicional pode ganhar um formato digital inovador.



5. PRINCIPAIS FORMATOS E GÊNEROS DE PODCAST

Podcasts são conteúdos que combinam vários formatos informativos e de entretenimento. Eles podem abordar diversos assuntos, adotando um ou mais tipos de programa. Para entender melhor o que seriam esses formatos, observe hoje o que a televisão, o rádio e as plataformas digitais como Youtube têm fomentado. Eles trabalham formatos como:

- Entrevistas;
- Noticiários;
- Mesas redondas;
- Apresentação de quadros (individual, em dupla e até em grupo);
- Programas de entretenimento;
- Radionovelas.
- Ao vivo, gravado ou híbrido.

Muitas vezes combinam mais de um desses formatos e existem vários podcasts inovadores.

A internet é o limite! Então, podemos esperar de tudo.

Dentro da lógica dos agregadores, os podcasts são categorizados e listados por gênero. Dessa forma uma pessoa que tem filhos pequenos pode dar play em uma sequência de histórias infantis, por exemplo. Ou um amante deste tipo de conteúdo pode conferir “Os melhores podcasts da semana” ou uma lista que une todos os noticiários do dia.

A maioria dos agregadores de podcast têm uma **categoria exclusiva para tecnologia**. Mas você também pode divulgar seu conteúdo sonoro em playlists, por exemplo. Isso aumenta as chances de visibilidade. Por isso é importante pensar também na categoria.



6. HOSPEDAGEM DOS PODCASTS

O modo como os podcasts chegam ao público também é algo que precisa estar no seu radar. Isso porque, existem várias plataformas de hospedagem e agregadores para fazer essa divulgação.

Lembrando que:

- Hospedagem, neste caso, significa abrigar o arquivo de áudio na nuvem ou no servidor, de modo que fique disponível online.
- Agregador de podcast é uma plataforma que reúne links para feeds RSS, que, neste caso, são as páginas de acesso à hospedagem dos arquivos sonoros.

Ou seja, a hospedagem armazena e o agregador entrega os podcasts.

Para hospedar o próprio programa de podcast, é necessário escolher uma plataforma. Não se esqueça de levar em consideração dois fatores: ela precisa permitir compartilhamento em todos os agregadores de podcast e também nas redes sociais.

O **Soundcloud** é a opção mais famosa por ser completa e oferecer estatísticas de audiência. Neste caso, a plataforma é gratuita para até 3 horas de áudio. Para mais armazenamento, é necessário fazer uma conta e escolher um dos planos.

Existem muitos outros sites de hospedagem que funcionam da mesma forma, como [Buzzsprout](#), [Spreaker](#), [PodBeam](#), entre outros.

No entanto, empresas de tecnologia podem possuir internamente profissionais que entendam de banco de dados online, feed RSS e programação de frontend e backend. Esses são os conhecimentos básicos para criar uma página de hospedagem do seu podcast no seu próprio site. Esse Feed RSS precisa ser escrito conforme algumas diretrizes e [esta aqui do Google](#) é um bom exemplo.

Nos últimos tempos o Spotify tem feito anúncios sobre a plataforma de criação de podcasts Anchor. Esta também é uma opção muito interessante para quem está começando a produzir os próprios conteúdos.

O principal motivo é que a [Anchor](#) é uma ferramenta completa. Quem utiliza esta plataforma consegue criar o podcast do zero. E pode gravar, editar e publicar no próprio Spotify usando o Anchor. Além disso, para episódios com entrevistas ou participação especial, o Anchor tem a opção de “convidar amigos” em que cada um participa do próprio smartphone.



7. O QUE SÃO AGREGADORES DE PODCASTS



Spotify, Anchor, Radio Public, Breaker, Castbox. Explicar que eles exibem e se tornam motores de busca voltados a podcasts. Não é à toa que o google fez seu próprio agregador recentemente....

Ao contrário das transmissões de rádio, os podcasts podem ser gravados de qualquer local, desde que ele contemple os equipamentos de gravação necessários.

Contudo, para armazenar e depois transmitir o programa, é necessário escolher um agregador, que são aplicativos ou sites específicos para os podcasts.

Existem muitos agregadores disponíveis atualmente. Porém vale a pena pesquisar bastante antes de escolher a prestação de serviços que mais se adeque ao seu podcast já que estes agregadores também servirão de motor de busca.

Confira uma lista de agregadores no box:





8. RANQUEAMENTO E DISTRIBUIÇÃO DOS PODCASTS

Assim como as plataformas Spotify, Deezer e os dispositivos da Apple atuam como agregadores, o Google também oferece a mesma funcionalidade. O Google Podcasts é uma alternativa muito inteligente para quem produz conteúdos de áudio, porque é o agregador mais importante do mercado e ainda ranqueia a partir das estratégias de SEO.

De mesmo modo que [acontece com o marketing de conteúdo](#), para melhorar o ranqueamento dos podcasts, é necessário caprichar nos títulos e na descrição dos episódios.

Além disso, alguns agregadores, incluindo o do Google, já possuem uma tecnologia exclusiva de indexação por meio da decupagem do áudio do podcast. O algoritmo transcreve os áudios para identificar palavras-chave. Assim, ranqueia o conteúdo.

Mas você ainda pode contar com recursos muito conhecidos de indexação. Por isso, uma terceira alternativa é usar *hashtags*, que também auxiliam na busca orgânica pelos podcasts.



9. SIGA 10 PASSOS PARA CRIAR SEU PODCAST DE TECNOLOGIA

Os podcasts, assim como qualquer programa de rádio, também devem seguir um planejamento. Para que o público-alvo possa acompanhá-lo, é preciso determinar uma periodicidade, duração e os assuntos que ele abordará.

Vale usar muitas abordagens para manter a audiência, como entrevistas, discussões e muita informação. Para que você se organize e faça todas essas escolhas, fizemos um passo a passo do processo de elaboração de um podcast.

São 10 principais etapas.



1. Faça um Brainstorm

Nada melhor do que unir algumas pessoas com diversas vivências e opiniões para ajudar a criar as características do seu **podcast de tecnologia**, não é mesmo?

O primeiro passo de criação é definir o modelo, o gênero e a temática que o podcast terá.



2. Defina a equipe e os papéis que cada um exercerá

Da mesma forma que acontece em qualquer outra área da empresa, é necessário definir qual será o papel de cada um da equipe para que o trabalho possa ser realizado sem intercorrências. Quem apresentará? Quem será o responsável pela edição? E os responsáveis pelo **roteiro do podcast**, será uma parceira especializada em **marketing de conteúdo tech** ou a própria empresa? São muitos assuntos a serem definidos nesta segunda etapa.



3. Escolha uma plataforma de hospedagem e distribuição

Este é outro tópico que deve ser definido antes da produção do podcast. É necessário fazer uma pesquisa prévia para escolher a plataforma de hospedagem adequada ao perfil da empresa e como será feita a distribuição do conteúdo. Uma boa ideia é definir um responsável pela manutenção destas tarefas.



4. Crie uma identidade visual e auditiva

A identidade do seu podcast pode ser criada a partir de vinhetas de abertura e fechamento, além de trilhas sonoras, quadros especiais. Isso quando o assunto é áudio. Além da identidade sonora, investida em uma boa imagem de capa, esse é seu primeiro contato com o ouvinte

Vale lembrar que, muitas das trilhas sonoras envolvem *copyright*. Para quem quer ter menos dor de cabeça em relação a esse assunto, a melhor opção é procurar por sites que disponibilizem músicas e trilhas sonoras gratuitas como: [Free Stock Music](#), [Free Music Archive](#), [Youtube Audioblibrary](#), [AudioJungle](#).



5. Elabore um planejamento editorial

Produzir um **podcast de tecnologia** exige bastante planejamento. Você precisa antecipar os principais assuntos para preparar o roteiro. A melhor maneira de fazer isso é montar um cronograma de produção e um projeto de conteúdo específico para o seu podcast. Sabemos que você já faz isso no blog e nas redes sociais.

Então, aplique o mesmo método a essa produção sonora.



6. Crie os roteiros

Para criar podcasts, você precisa dominar a produção de roteiro para mídias sonoras. Como esse será um veículo da sua empresa de tecnologia, também é necessário dominar diversos assuntos desse segmento. Não se preocupe se não houver alguém na sua equipe disponível para essa tarefa.

A melhor opção é fazer parceria com uma empresa especializada em **marketing de conteúdo tech**. A **Motor Tech Content**, além de ser a parceira ideal para a criação de **conteúdos de tecnologia inovadores**, **ainda oferece um plano de contratação sob demanda**. Ou seja, você só paga o que **realmente for consumir**. Clique aqui e confira um modelo de **roteiro de podcast!**



7. Invista em bons equipamentos

É possível começar seu **podcast de tecnologia** apenas com o smartphone, um fone de ouvido e um ambiente silencioso. Para quem pode investir um pouco mais, microfones adaptáveis ao smartphone e até mesmo gravadores podem ser equipamentos que aumentem a qualidade. Além disso, para os mais ousados, existem boas opções de mesas de edição disponíveis no mercado.



8. Escolha os softwares necessários para a gravação e pós-produção

Existem vários editores pagos, como sound forge. Mas optar por um de software livre pode ser a solução. O **Audacity** é um dos mais completos. Oferece benefícios como eliminação de ruídos externos ou indesejados, nivelamento de volume, sincronia e adição de outros tipos de som.

Entrevistas podem ser feitas pessoalmente por meio de um gravador digital ou até com o gravador do celular. Caso realize a entrevista online, você pode usar o **Zoom**. E se já tiver conta no **Skype** será necessário algum software que grave as conversas. O **MP3 Skype Recorder** é uma opção gratuita e também funciona no **Microsoft Teams**.



9. Hora de gravar!

Repare acusticamente o ambiente em que ocorrerá a gravação. Nesse caso, uma alternativa bem barata pode ajudar quem não tem uma sala específica para gravação de áudio: adquira uma caixa dobrável de 30 litros e espuma acústica em lojas de material de construção e decoração. Forre internamente a caixa com a espuma. Sempre que for gravar, posicione a caixa forrada em frente ao microfone. Isso evita ruídos.



10. Publique e distribua seu podcast

Tudo pronto, é hora de fazer o podcast bombar! Distribua o link do seu conteúdo por todos os agregadores: Apple, Deezer, Spotify, Google, quanto mais melhor! Aproveite para promover seu podcast para a audiência das redes sociais. E que tal fazer uma news especial para seus leads mais engajados? Seja criativo.

Neste e-book nós mostramos os motivos pelos quais os podcasts estão em evidência e por que esta pode ser uma alternativa de conteúdo para aumentar a visibilidade da sua marca.

Para as empresas de tecnologia, o benefício é ainda maior, pois este formato estimula quem é do setor, promovendo os profissionais e especialistas da própria empresa tech.

Assim como acontece com os podcasts, a diversificação de conteúdos é a melhor forma de conquistar novos públicos e levar a sua empresa mais longe.

Confira este material com mais de 30 estilos que podem ajudar a sua produção de conteúdo inovador!

[Acesse o materia](#)



Conteúdo para
negócios de
tecnologia



Referências

[Global Web Index](#)

[Tecmundo](#) sobre pesquisa do Deezer

[PodPesquisa](#)