

## ***Podosfera Paraense: a produção de podcasts em Belém***<sup>1</sup>

Adriane Jackson de VASCONCELOS<sup>2</sup>  
Clívia Regina Pinheiro da SILVA<sup>3</sup>  
Gabriel Pereira da SILVA<sup>4</sup>  
Larissa Carreira da CUNHA<sup>5</sup>  
Universidade de Federal do Pará, PA

### **RESUMO**

Ao longo do tempo o rádio vem sofrendo transformações. Surgiram as rádios AM e FM e com o avanço tecnológico da internet as rádios passaram a migrar para esse meio. Algumas mantêm suas rádios nas frequências AM e FM com alguns programas ou alguma transmissão por meio online, mas outras estão disponíveis apenas na internet. Dentre as novas formas de fazer um programa com narrações, entrevistas e músicas, surgiu o *podcast*. Neste artigo pretendemos discutir sobre este processo midiático, focando na produção de *podcasts* em Belém e, desta forma, analisar desde sua produção até sua disponibilização na *internet* e a interação através das redes sociais pelo seu público-alvo.

**Palavras-Chave:** *podcast*; rádio *web*; cibercultura; *podcast* paraense.

### **1 INTRODUÇÃO**

No dia 7 de setembro de 1922 a primeira transmissão de rádio ocorreu na celebração do centenário de independência do Brasil na qual foram transmitidos o pronunciamento do presidente Epitácio Pessoa e a ópera O Guarani, do compositor Carlos Gomes. A partir disso, foi implementada a primeira emissora de rádio no Rio Janeiro por Edgar Roquette-Pinto e o processo de transmissão radiodifusão ampliou-se pelo país. No estado do Pará começa em 1928 com a implantação da primeira emissora radiofônica, a Rádio Clube do Pará, pioneira no estado e na região norte do Brasil.

Além disso, o rádio está intimamente ligado à história paraense, uma vez que o estado possui o seu amplo território cortado por uma extensa bacia hidrográfica que dificultou - e ainda dificulta - o acesso de outras mídias a áreas mais afastadas da capital e centros metropolitanos. Essa mídia tornou-se um fundamental meio de integração espacial dentro do estado; uma fonte de informações essencial dos acontecimentos de dentro e fora

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao IJ - DT5 - Intercom Jr - Estudos Interdisciplinares da Comunicação no 41º Congresso de Ciências da Comunicação - Joinville - SC.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPA. <adrianejackson.ajv@gmail.com>

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPA. <cliviar.pinheiro@gmail.com>

<sup>4</sup> Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPA. <bielperera@gmail.com>

<sup>5</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UFPA. <larissacarreirac@gmail.com>

do estado; e um espaço de entretenimento para o público com a transmissão de radionovelas e programas de auditório que revelaram grandes estrelas da música, entre outros.

Com o avanço da tecnologia, a rádio foi se modernizando. Além das transmissões por frequências AM e FM e da difusão digital, as rádios passaram a usar a internet para compartilhar conteúdo em áudio na *web*, os chamados *podcasts*. Estes se assemelham a antiga brincadeira de pegar uma fita cassete e gravar um programa. Porém, por meio da *internet* o episódio de um programa fica disponível para qualquer pessoa no globo e podem ser acessados ou baixados em qualquer hora ou lugar. Isto permitiu maior interação entre ouvinte e os produtores de conteúdo.

O *podcast* vem ganhando cada vez mais destaque. Ele pode ser utilizado tanto para o entretenimento como para compartilhar informações de cunho educativo. Pensando na importância de discutir esta temática, e os poucos estudos disponíveis, resolvemos abordar este tema focando na produção de *podcasts* em Belém do Pará.

## 2 CIBERCULTURA E CIBERESPAÇO

Com o advento da *internet* e da *web*, uma nova configuração nos meios de comunicação despontou com possibilidades inovadoras. Para Pierre Lévy (1999), teórico francês estudioso dessas novas tecnologias de comunicação, o ciberespaço é:

[...] É o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. (LÉVY, 1999, p. 17)

Este é um novo espaço no qual as trocas e os fluxos de informações são intensos e estão continuamente sendo atualizados, alterados e construídos. O ciberespaço tornou as relações entre os indivíduos mais instantâneas (devido ao rápido fluxo de dados), mais horizontais nas produções e compartilhamento de conteúdo e desponta um “horizonte técnico do movimento da cibercultura” (LÉVY, 1999) o qual seria a comunicação universal.

Em relação à cibercultura, Lévy tece que:

Quanto ao neologismo ‘cibercultura’, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço (LÉVY, 1999, p. 17)

A cibercultura desenvolve-se junto às tecnologias e as práticas que são criadas nessa relação com o ciberespaço. Desta forma, estamos cada vez mais envolvidos nessas tecnologias e nas novas relações de comunicação. Dentre essas novas realidades, Henry Jenkins teoriza que devido a alguns fatores estamos vivendo uma era na qual o ciberespaço proporciona uma convergência das mídias.

### **3 CONVERGÊNCIA DAS MÍDIAS**

Em seu livro “A Cultura da Convergência”, Henry Jenkins desenvolve seu pensamento em três conceitos-chave para explicar a sua teoria sobre essa cultura desenvolvida na interação com o digital: a inteligência coletiva, um processo conjunto de aprendizado no qual valoriza os conhecimentos dos indivíduos que ali participam independente de suas formações profissionais, acadêmicas ou da vida privada, como os fóruns; a cultura participativa, uma nova lógica de interação de indivíduos na qual os produtos de conteúdo não são meros emissores de informações e os receptores não são passivos a todo dado que lhes é informado, a interação (em particular na *web*) permite que haja uma troca de conhecimentos de maneira mais horizontal; e, por último, a convergência das mídias na qual as fronteiras existentes entre as mídias se tornam mais tênues e possibilita uma maior integração, pois as relações dos consumidores com essas mídias se tornaram mais íntimas.

Este tripé serve para exemplificar que os conteúdos entre as mídias tornam-se mais intercambiáveis e reconfigura as relações entre os mercados, a indústria e o público. Sobre isto, Jenkins (2009) explicita brevemente sobre convergência em:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplas plataformas de mídia, a cooperação de múltiplos mercados midiáticos e o comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 29)

A partir dessas relações, novas mídias adquirem disposições que alteram a forma de produzir, gerenciar e comunicar conteúdos de maneiras mais interativas, dentre elas cita-se a rádio *web* como um fruto dessa revolução digital dos meios de comunicação.

### **4 RADIO NA WEB**

A convergência tecnológica possibilitou que antigos formatos, como as rádios hertzianas, pudessem aderir um novo formato. As rádios puderam disponibilizar sua programação na *internet*, colocando programas ao vivo ou não. Este novo modo de fazer rádio gerou desenvolvimento nas comunicações e diminuiu os custos de produção, uma vez que o processo de se criar uma rádio, em especial uma rádio *web*, pode ser gerado de diversas formas. Tornou-se mais fácil fazer rádio na era da *internet*. Além disso, as *web* rádios contribuíram para uma maior interação e se tornaram multimídias. É possível encontrar salas de bate-papo e fóruns de discussão em *sites* de rádios *online*. Podemos encontrar ainda emissoras que mantêm sua programação nas faixas convencionais (AM ou FM), mas possuem um site em que podem ser ouvidas *online* ou por aplicativos de celular, bem como emissoras que só existem na *internet*. Estas podem seguir determinados estilos musicais tendo públicos específicos, por exemplo uma rádio *web* de *rock*. Ao definir “rádio *web*”, Teixeira e Silva (2010) afirmam:

A Rádio *Web* pode ser definida como a emissão radiofônica na Internet com tecnologia *streaming*, geralmente nos formatos de áudio (MP3 ou MP4, OGG Vorbis, *WebPlayer*, Real Audio, *Windows Media* Audio e HE-ACC). Diferente do rádio tradicional, sua transmissão pode ser sucedida por imagens, vídeos, textos, fotos e *links*. (TEIXEIRA; SILVA, 2010, p. 256)

A estes formatos de áudio podem ser agregados vídeos e *hiperlinks* e/ou conteúdos publicitários, como *banner* de *internet*. O conteúdo passa a ser mais visual. O *layout* do *site* deve ser pensado de forma a atrair o ouvinte e facilitar sua navegação.

Com o crescimento da disponibilização de conteúdos em áudio na *internet* e das *web* rádios, outras formas de fazer programas que se assemelham em algum ponto com os rádios convencionais foram surgindo. Como exemplo, podemos citar o *podcast* que surgiu em 2004 e será melhor definido no tópico a seguir.

## **5 PODCAST**

O *podcast* é definido como um processo midiático para publicação e compartilhamento de áudios na *internet* e transmitidos diretamente ao assinante via *feed* RSS<sup>6</sup> (*Real Simple Syndication*). Os *podcasts* podem ser publicados em *blogs*, *websites* ou

---

<sup>6</sup> O RSS são leitores de *feeds* de informações. Por meio dele é possível se inscreverem em sites que disponibilizam este programa e receber notícias à medida que são atualizadas, assim como baixar o *podcast*.

plataformas de *streaming*, como *spotify*. Eles possuem conteúdos sob demanda e podem ser baixados para serem ouvidos no celular ou computador.

Em 2003 o programador americano Dave Winer criou o uma maneira de anexar arquivos chamada de “*enclosure*” para que o jornalista britânico Christopher Lyndon colocasse na *internet* uma série de entrevistas. Mas esse formato ainda não era como o formato de *podcast* que conhecemos hoje. Segundo o *blog* Dia de *Podcast*, ao citar Mack e Ratcliffe (2007):

Esse sistema só foi utilizado da forma como entendemos hoje como *podcasting* em 2004, quando Adam Curry desenvolveu uma forma de transferir o áudio disponibilizado através do RSS para o agregador *iTunes* a partir de um *script* de Kevin Marks. Essa forma de transferir o áudio criada por Curry foi chamada de RSStoIPod (já que o agregador *iTunes* é utilizado para sincronizar arquivos de áudio do computador com o *iPod*) e foi disponibilizada para que outros programadores a utilizassem livremente. (Dia do *Podcast*. 2016)

O nome *podcast* surgiu em fevereiro de 2004 quando Ben Hammersley, no jornal *The Guardian*, usou-o para definir a forma de transmissão das entrevistas e consequentemente foi adotado para definir o sistema de transmissão de áudio via RSS. A palavra *podcast* faz referência ao dispositivo de áudio da *Apple*, *iPod* - no qual *pod* é uma sigla para *personal on demand* (“algo pessoal sob demanda”, em português) - e ao termo “*casting*” de *broadcasting* (radiodifusão) - que designa a transmissão pública e massiva de informações.

O *podcasting* nasce da premissa de distribuição de arquivos de áudio na *internet* (ASSIS, 2014, p. 40). Assim, este se refere ao ato de baixar arquivos de áudio/vídeo em forma de programas via *feedRSS*. Os produtores dos programas são os *podcasters*. *Podosfera* é outro termo utilizado que designa todo o universo de *podcasts* e *podcasters* existentes, ativos ou não.

De acordo com Lopes (2015), em seu livro *Podcast: Guia Básico*, o processo de *podcasting* dá-se em nas seguintes etapas: produção - na qual estão a escolha das pautas, o formato, tema, público, periodicidade, entre outros - gravação, edição, publicação e distribuição.

Os conteúdos produzidos abrangem diversas temáticas, ou seja, são sobre cinema, cultura *nerd/geek*, música, *marketing* e publicidade, notícias, música, ensino de idiomas, educação, economia, política, entre outros.

No Brasil, o primeiro *podcast* surgiu em outubro de 2004. Era o *Digital Minds*, criado pelo *podcaster* Danilo Medeiros. No entanto ele deixou de ser produzido tempo depois. No mesmo ano em novembro, Gui Leite criou o “*Podcast do Gui Leite*”. No primeiro episódio o *podcaster* explicava sua intenção de fazer o programa para testar a tecnologia utilizada por essa mídia. Até hoje ele ainda é produzido, o que o tornou no mais antigo *podcast* ainda ativo. Muitos outros surgiram depois dele e atualmente podemos encontrar uma diversidade de *podcasts* brasileiros publicados tanto em *sites e blogs* pessoais como em plataformas de *streaming* como *Spotify, Apple e Deezer*.

Um artigo analisou a produção de *podcasts* no Brasil e constatou que sua produção é diferenciada das produções feitas no exterior, tendo um caráter colaborativo, ou seja, é feito por uma equipe. Muitas vezes a equipe conta pessoas responsáveis por pensar e organizar e outras para a edição do conteúdo.

Neste artigo nosso objeto de estudo são os *podcasts* paraenses, no qual nosso objetivo principal é analisar como é a produção deste tipo de programa, bem como sua divulgação para o público que consome este tipo de mídia. Nos tópicos a seguir vamos abordar sobre essa produção em Belém e mostraremos os resultados colhidos na pesquisa.

## **6 PODCAST PARAENSES**

Em Belém do Pará encontram-se algumas produções de *podcasts*. Estes têm como temática de seus programas: o cinema, a literatura, o mundo *nerd/geek*, *marketing* e as produções de artistas locais, entre outros.

Durante a pesquisa, observou-se que há *podcasts* que não são mais veiculados. Houve dificuldades para encontrar este tipo de programa por meio da plataforma de busca do *Google*. Dessa forma, foram considerados apenas os *podcasts* que ainda estão ativos ou possuem produções recentes. Estes são: *WebCaverna*, *PudimCast*, *PODFalando*, *Liquidificador*, *SoodaCast* e *Homem Groover*. O primeiro *podcast* foi encontrado em pesquisa do *Google* e os demais por meio de uma postagem no perfil pessoal no *Facebook* de um dos autores deste artigo.

Após a pesquisa por meio do *Google* e *Facebook*, foi enviado a um dos produtores dos *podcasts* um formulário com perguntas relacionadas a produção dos programas. Abaixo apresentaremos os resultados da pesquisa que mostra como é pensado o conteúdo antes de ser finalizado e divulgado na *internet*.

## 7 RESULTADOS DA PESQUISA

A pesquisa perguntava nome e idade dos *podcasters*, como são denominados os produtores deste conteúdo. Com isso constatou-se que 4 (quatro) dos que responderam ao questionário são do sexo masculino e 2 (duas) do sexo feminino. A faixa etária está entre 23 a 33 anos. Os *podcasts* desta pesquisa são os seguintes:

**1 - PODFalando:** sua temática é voltada para o cinema. É publicado no *site* “Vamos Falar de Cinema” e produzido desde novembro de 2017. Segundo a entrevista, a produção se dá, primeiramente, pela separação e organização dos pontos fortes das pautas. Após o episódio gravado, juntamente com a equipe principal, composta por três membros, e os convidados é feita a edição e quando o episódio é finalizado é postado no *site*. Além de *site*, há também uma página no Facebook e perfis no *Podflix* e no *Youtuner* que são *sites* que disponibilizam *podcasts* diariamente.

**Figura 1-** Imagem do *site* Vamos Falar de Cinema, no qual o *podcast* PODFalando é divulgado. **Fonte:** site Vamos Falar de Cinema. Disponível em: <https://goo.gl/XGPGFC>.



The image shows a screenshot of a website with a dark purple header. The navigation menu includes: BEM-VINDO!, ARTIGOS, CRÍTICAS, PODCAST, PREMIAÇÕES, SOBRE, and CONTATO. A search icon is on the right. The main content area features a large image of several people's faces. Below it, a red 'Podcast' tag is followed by the title 'PODFalando #08 - Isso é muito Black Mirror!' and the date 'Janeiro 11, 2018'. A player interface shows '00:00' and '01:20:52'. Below the player, it says 'Podcast: Reproduzir em uma nova janela | Baixar' and 'Assine: Android | RSS'. On the right sidebar, there are two Amazon product recommendations: 'Batman - A Piada Mortal' for R\$ 15,80 and 'Os Novos Vingadores. O...' for R\$ 55,20. Below these is a purple box titled 'Nosso FEED do Podcast!' with a list of episodes: 'PODFalando #09 - Tarantino é Vida! Vol. 02', 'PODFalando #09 - Tarantino é Vida! Vol. 1', 'PODFalando #08 - Isso é muito Black Mirror!', 'PODFalando #07 - Os Últimos Jedi!', and 'PODFalando #06 - Não é a Mãe!'. At the bottom of the sidebar, there is a purple box 'Onde mais estamos? Nos Siga.' and a link 'PODFalando no Podflix!'.



De acordo com um dos membros da equipe, Rafael Santos, o que o motivou a produzir podcast foi o site brasileiro *Jovem Nerd*, muito conhecido por produzir este tipo de programa. A seguir podemos encontrar um trecho da entrevista:

Sou ouvinte do Nerdcast há uns 4 anos, e sempre que acabava de ouvir, a vontade de produzir surgia. Adiei por muitos anos a ideia, por pensar que não era capaz, mas em novembro do ano passado, tudo começou a fluir e hoje estamos no nosso 9º Episódio. (SANTOS, Rafael. 2018)<sup>7</sup>

O PODFalandando possui episódios semanais e, segundo Rafael, o *feedback* do público é bom. Geralmente comentam a opinião deles sobre o assunto em questão, alguns falam sobre a duração do episódio. A avaliação do *podcast* pelo público é feita no *site* ou por mensagens nos *posts* do *facebook*. Em números, foram 302 *downloads* em 2 meses.

**2 - SoodaCast:** sua temática é voltada para a literatura. É um programa mensal, produzido desde outubro de 2017. O *podcast* é publicado no “Sooda Blog”. O processo de produção começa com uma reunião de pauta em uma determinada semana, a outra é dedicada ao processo de edição e revisão até o episódio ficar pronto para ser lançado. De acordo com Fábio Andrade, um dos membros da equipe de produção, o que o motivou a produzir *podcast* foi “a carência de conteúdo deste tipo em Belém e a necessidade de falar sobre assuntos do programa. Além de Fábio, há outros três membros na equipe.

**Figura 2** - Imagem do *site* Sooda Blog, no qual o *podcast* SoodaCast é divulgado. **Fonte:** site Sooda Blog. Disponível em: <https://goo.gl/fe91dD>.



<sup>7</sup> Em entrevista para a pesquisa “A Produção de Podcasts Paraenses”.



Em relação ao *feedback*, de acordo com o *podcaster*, em quatro programas, já há ouvintes ativos que sempre mandam recados e sugestões para o programa. A divulgação é feita também na página do *blog* que hospeda o programa e no perfil pessoal e de escritor de Fábio.

**3- Podcast Liquidificador:** é um *podcast* de temática cultural feito semanalmente. A produção começou em 2016, como avaliação da disciplina de Jornalismo Cultural e Literário do Curso de Jornalismo da Universidade da Amazônia. No entanto, os episódios foram publicados no *site* de notícias “Leia Já Pará” em 2017.

O processo de produção consiste na gravação semanal do programa. A equipe conta com um *host*, a professora da disciplina em que o *podcast* surgiu, Marina Chiari, durante o período de férias acadêmicas, ou um aluno, no período de aulas, e outro aluno que atua como *co-host*. O tema do episódio é debatido por um convidado da equipe. A gravação é feita no laboratório do curso e a edição é feita no dia seguinte. Segundo Marina, são um ou dois programas são preparados com antecedência ao período de publicação. A motivação inicial para produção foi esta avaliação, mas atualmente participam do *podcast* tanto os atuais aluno como também ex-alunos.

**Figura 3** - Imagem do *site* LeiaJá, no qual o *podcast* Liquidificador é divulgado. **Fonte:** site Leia Já. Disponível em: <https://goo.gl/ycTGMB>.

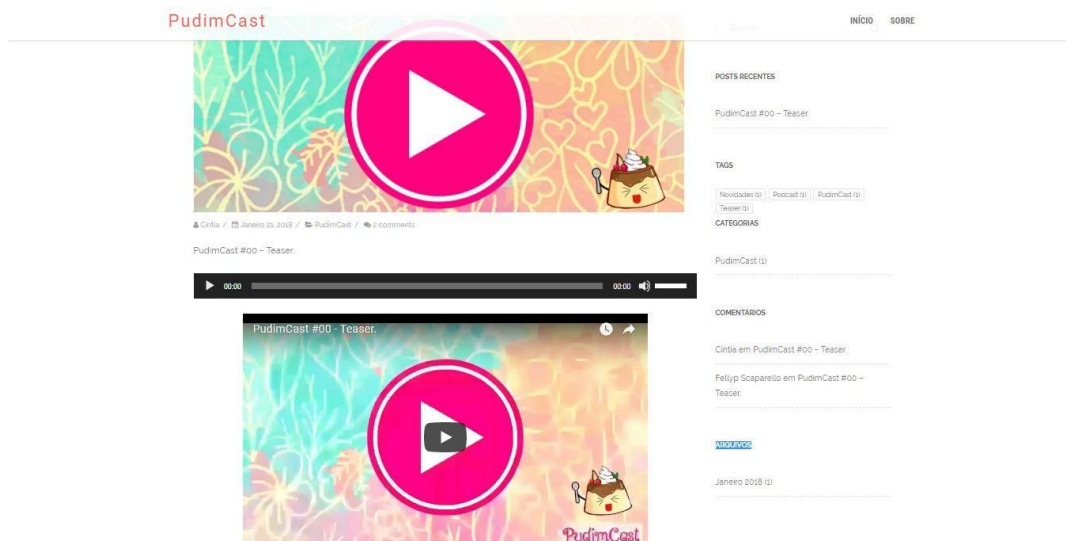


The image is a screenshot of the LeiaJá website. At the top, there is a navigation bar with categories: NOTÍCIAS, POLÍTICA, CARREIRAS, ESPORTES, ENTRETENIMENTO, and TECNOLOGIA. Below the navigation bar, there is a header for the article, including the LeiaJá logo, the date 'sex, 19/01/2018 - 17:40', and social media icons for Facebook, Twitter, and RSS. The main content area features a photograph of Lucas Imbiriba playing an acoustic guitar. To the right of the photo is the article text, which describes the podcast and the musician. Below the text is a video player showing a timestamp of 00:00 / 17:57. On the right side of the page, there is a sidebar with a 'vestibular 2018' banner and a 'UNIVERSITAS UNG' logo.

O *podcast* não possui páginas em redes sociais, sendo divulgado apenas no *site* e nos perfis pessoais dos membros da equipe ou dos participantes dos episódios. Desse modo, o *feedback* do público se encontra nessas postagens pessoais por meios de comentários. Porém, Marina garante que o resultado é positivo, principalmente por se tratar de uma experimentação de uma disciplina do curso.

**4 - PudimCast:** este programa surgiu em 2015 e tem periodicidade quinzenal. Sua temática aborda tecnologia, lendas urbanas, conteúdo *nerd* e comportamento. O *podcast* já foi publicado em dois *sites* diferentes, mas a partir janeiro de 2018 ele será publicado em um *site* próprio de nome homônimo ao programa, segundo Cíntia Macêdo, uma das *podcasters*.

**Figura 4** - Imagem do *site* do *podcast* PudimCast. **Fonte:** site PudimCast. Disponível em: <https://goo.gl/v6U9Cx>.



A rotina de produção começa com a elaboração das pautas, que dura em média dois dias, de acordo com Cíntia. Após, é feito a gravação com a equipe, a edição e a publicação, que leva em média 5 dias.

A *podcaster* produzia conteúdo escrito para um *site* e percebeu que o público preferia conteúdos em áudio e vídeo. Dessa forma, ela teve a ideia de criar um *podcast*, pois é uma mídia que vem ganhando destaque e atraindo fãs. Em relação a publicação, com base na resposta de Cíntia ao questionário, “o público gosta de comentar sobre o conteúdo que foi discutido no episódio e até mesmo dar sua contribuição, gerando interação entre equipe e ouvintes”.

**5 - Homem Groover:** com periodicidade quinzenal, a temática abordada neste *podcast* é sobre mídias sociais em Belém. A gravação começou em dezembro de 2017, mas só foi lançado em 2018. A rotina de produção envolve reuniões semanais para discutir pauta e gravações quinzenais. A equipe é formada por três pessoas e eles possuem um grupo no *Facebook* e *Whatsapp* para conversar sobre referências edições, falas e temáticas dos programa. O que motivou José Calasanz, criador do Homem Groover, a fazer um *podcast* foi a possibilidade de se conectar com as pessoas durante a duração do programa mesmo que façam apenas 10 *downloads*. Por ter sido lançado recentemente ainda não há um maior *feedback* do público, mas alguns de seus ouvintes o incentivam a continuar, de acordo com o *podcaster*. O programa também é divulgado no *Facebook* do Homem Groover.

**Figura 5** - Imagem do *site* Homem Groover, no qual o *podcast* homônimo é lançado. **Fonte:** site Homem Groover. Disponível em: <https://goo.gl/b6jkm1>.



**6 - WebCaverna:** surgido em 2014, a temática deste *podcast* é voltada para a cultura *nerd* e *pop*. Os episódios são lançados no *site* e trazem assuntos sobre séries, filmes, quadrinhos e algumas entrevistas. Atualmente a equipe tem cinco membros na equipe e o programa não possui uma periodicidade definida. A produção começa com a pesquisa sobre a pauta que será tratada no episódio, a escolha dos personagens, seleção de um dia para gravar por *Skype* ou *Discord*. Após isso, segundo Júnior Corrêa, o conteúdo é enviado para um editor que faz a decupagem e trilhagem do programa que então, após a revisão, é publicado no *site*.

**Figura 6** - Imagem do *site* do *podcast* WebCaverna. **Fonte:** site WebCaverna. Disponível em: <https://goo.gl/5ZBhF5>.



Uma das motivações para produzir *podcast* começou com o fascínio por esta mídia, que o *podcaster* conheceu em 2013, gerando o interesse de fazer algo igual. Além disso, outro motivo foi a constatação de que não havia nenhuma produção paraense deste tipo na época do criação do programa. O WebCaverna possui também perfis no *Facebook*, *Twitter* e *Instagram*, meios pelos quais, de acordo com Júnior, o público mais fiel interage com eles. “É um público pequeno mas que apoia bastante o *podcast*”, afirma.

Por meio dos resultados desta pesquisa é possível perceber que os *podcasters* possuem um planejamento para a gravação do episódio, que envolve a seleção de pautas e definição de entrevistados. Finalizada esta etapa, o episódio é gravado, editado e lançado no *site* ou *blog* e nas redes sociais. O consumo destes programas tem um público considerável que sempre está acompanhando e interagindo com os produtores.

Provavelmente, estes programas não possuem uma maior quantidade de público porque são produções recentes ou então porque muitas pessoas que consomem esse tipo de conteúdo não conhecem o que está sendo produzido localmente, como constatado na pesquisa por *podcasts* paraenses no perfil pessoal no *Facebook* dos autores deste trabalho. Devido a esse desconhecimento, vimos a importância de fazer mais pesquisas relacionadas ao tema com o objetivo de conhecer melhor a produção de *podcasts* em Belém e no Pará.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O rádio é uma importante mídia de divulgação de informação. Desde sua criação e, em particular, com a era da cibercultura, ciberespaço e convergência midiática, esta mídia vem se transformando, tanto que hoje além das frequências AM e FM, podemos encontrar a rádio digital e a rádio *web*.

A partir daí, novas formas de compartilhar conteúdo em áudio foram criadas, um exemplo dele é o *podcast*. Nesta, uma pessoa que tenha interesse por fazer *podcast* sob determinada temática pode baixar ferramentas na *internet* e começar a produzir um, uma vez que não é preciso ser um profissional e a *web* oferece as informações necessárias para pôr em prática a produção deste.

Como já discutido anteriormente, o *podcast* se mostra como uma outra forma de compartilhar conteúdos e informações. A opção de baixar um episódio sobre um assunto de interesse, muitas vezes contadas de forma mais descontraída que na rádio ou outro meio de comunicação, para ouvir onde e quando quiser vem conquistando cada vez mais público. Com o surgimento de plataformas de *streaming*, o *podcast* ganhou um novo meio de publicação, além dos já conhecidos, *blogs*, *sites* e redes sociais.

Tendo em vista a importância de discutir esta temática, resolvemos abordá-la neste trabalho. Apesar da grande produção de *podcast* no Brasil, optamos por concentrar nossa pesquisa no cenário local, isto é, nos *podcasts* paraenses, mais especificamente os produzidos em Belém.

Para nós é relevante fazer este estudo, devido à pouca abordagem sobre este assunto, principalmente se tratando de Belém e também para conhecer o que está sendo produzido em nossa região (como eles são feitos e quais os assuntos mais abordados).

Com os *podcasts* analisados podemos perceber que os programas concentram seu conteúdo em cultura, entretenimento, cinema, literatura, tecnologia e mídias sociais. Os *podcasters* paraenses investiram nessa área inspirados em outros *podcasts*, na possibilidade de usar essa mídia para falar sobre o que gostam e compartilhar com pessoas que tem interesses em comum.

Por fim, este é o foco inicial do presente artigo. Pretendemos futuramente ampliar a discussão sobre este tema assim como inspirar mais produções acerca da *podosfera*, tanto com foco nacional como, e principalmente, com foco local.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASSIS, Pablo de. **O Feed e a Fidelização do Ouvinte**. In: Reflexões sobre Podcast. LUCIO, Luiz (org.). Nova Iguaçu, Rio de Janeiro. Marsupial Editora. 2014.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2. ed. - São Paulo :Aleph, 2009
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999
- LOPES, Leo. **Podcast - Guia Básico**. Nova Iguaçu, Rio de Janeiro. Marsupial Editora. 2015.
- LÚCIO, Luiz e ASSIS, Pablo de. **A História do Podcast**. Dia do *Podcast*. Disponível em: <https://diadopodcast.com.br/blog/historia/>. Acesso em: 26 de janeiro de 2018.
- TEIXEIRA, Marcelo Mendonça e SILVA, Bento Duarte da. **Rádio Web & Podcast: Conceitos e Aplicações no Ciberespaço Educativo**. ACTAS ICONO 14, No A4. 2010. Disponível em: <https://goo.gl/rz6kAd>. Acesso em: 27 de janeiro de 2018.
- WIKIPÉDIA. **Era do Rádio**. Disponível em: <<https://goo.gl/3w3KGs>>. Acesso em: 26 de janeiro de 2018.