



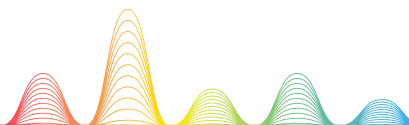
**MANUAL DE PRODUÇÃO DE
MÍDIA DIGITAL EM FORMATO
PODCAST COMO ESTRATÉGIA DE
FORTALECIMENTO DA COMUNICAÇÃO
INTERNA DA REDE EBSEH**



**EBSEH
É MEC**

HOSPITAIS UNIVERSITÁRIOS FEDERAIS
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO





Manual de Produção de Mídia Digital em Formato Podcast como Estratégia de Fortalecimento da Comunicação Interna da Rede Ebserh.

Copyright ©, Paula Morena Braga Passos

Orientada por: Geraldo Barroso Cavalcanti Junior, Aldair de Souza Paiva e José Adailton da Silva

Diagramação, criação visual e capa: Rômulo dos Santos Gonçalves

Todos os direitos reservados.

A autora aqui designada concede à Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares e ao Programa de Pós-graduação em Gestão e Inovação em Saúde da Universidade Federal do Rio Grande do Norte permissão para reproduzir, distribuir, comunicar ao público, em papel ou meio eletrônico, esta obra, no todo ou em parte, nos termos da Lei.

Dados internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P289m Passos, Paula Morena B., 1981
Manual de produção de mídia digital em formato podcast como estratégia de fortalecimento da comunicação interna da Rede EBSEH / Paula Morena Braga Passos. – Brasília: Edição da autora, 2021.
62 p.; il.

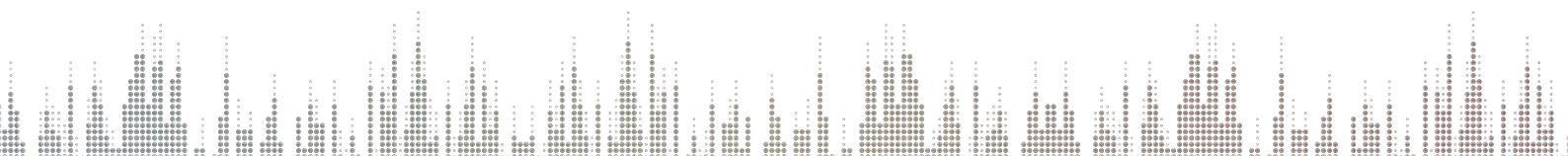
ISBN 978-65-00-27518-6

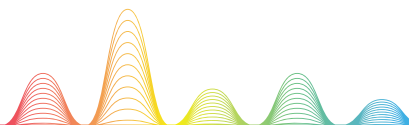
1. Comunicação interna – Administração pública. 2. Comunicação organizacional – Administração pública. 3. Mídia digital – Podcast. 4. Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares - EBSEH. I. Título.

CDU 351:316.776.3(035) EBSEH
CDD 302.234

Ficha catalográfica elaborada por Caio Braga Vilas Boas / CRB1 2.397

2021, 1ª edição





EXPEDIENTE

COORDENADORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

NATALIA TAVARES FERREIRA

Coordenadora de Comunicação Social

RICARDO MARTINS WATANABE

Chefe do Serviço de Eventos e Promoção Institucional

GEORGE SANTOS MAGALHÃES

Chefe do Serviço de Relacionamento com a Imprensa

RONALDO PEDROSO DA SILVA

Chefe do Serviço de Produção de Conteúdo

EQUIPE

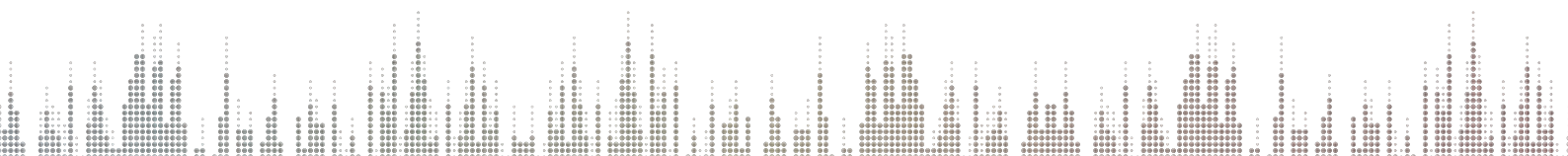
Francisco Willian Saldanha

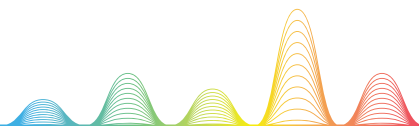
Jorge Luiz Rabelo Neves

Paula Morena Braga Passos

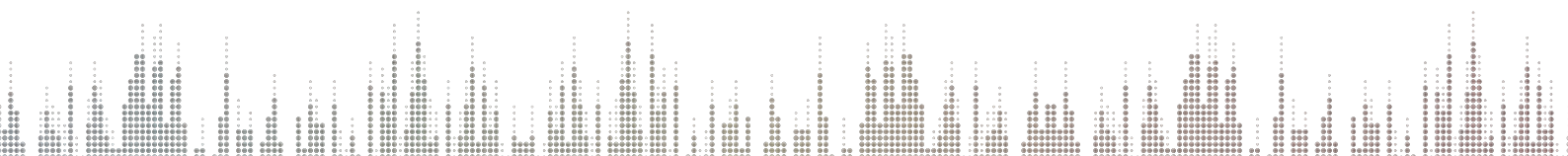
Rômulo dos Santos Gonçalves

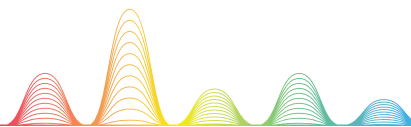
2021
1ª edição





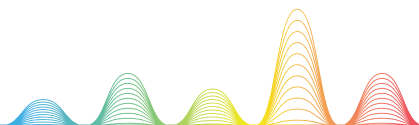
MANUAL DE PRODUÇÃO DE MÍDIA DIGITAL EM FORMATO PODCAST COMO ESTRATÉGIA DE FORTALECIMENTO DA COMUNICAÇÃO INTERNA DA REDE EBSEH





RESUMO

A Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh) é a maior rede hospitalar do Brasil com atendimento 100% ofertado pelo SUS. A estatal é vinculada ao Ministério da Educação e oferta serviço médico-hospitalar de referência, por meio de ensino-aprendizagem para formação de profissionais de saúde. A instituição conta com mais de 60 mil colaboradores e, em razão disso, é imprescindível que a área de comunicação fique atenta à abertura e à desobstrução de canais de informação para engajar pessoas e compatibilizar os interesses do empregado e empregador. Assim, a proposta deste trabalho é estimular, por meio de Manual de Elaboração de *Podcast* para a Rede Ebserh, o uso de mídia digital em formato *podcast* como estratégia de fortalecimento da comunicação interna da instituição. A partir das etapas descritas no manual foi possível produzir e publicar *podcasts* ratificando a eficácia do método, bem como o baixo custo e a simplicidade para a produção.



SUMÁRIO

MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

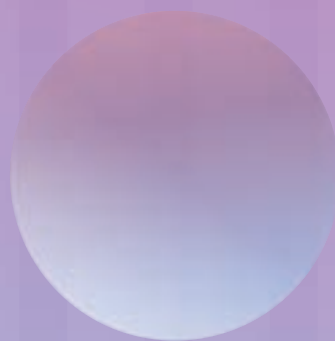
Contexto	7
O que é <i>Podcast</i>	12
Porque produzir <i>Podcast</i>	14
Manual de Produção de <i>Podcast</i> da Rede Ebserh.....	17

PARTE I

1. Planejar Podcast	24
1.1 Definir o nicho do <i>Podcast</i>	25
1.2 Criar o nome do <i>Podcast</i>	27
1.3 Definir a periodicidade dos episódios	28
1.4 Definir a duração de cada episódio	29
1.5 Elaborar a descrição	31
1.6 Criar a arte para a capa	32
1.7 Produzir a vinheta e fechamento	33
1.8 Construir/providenciar site para hospedagem	35

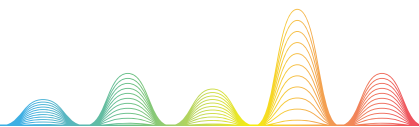
PARTE II

2. Definir o tema do episódio	38
3. Definir formato do episódio	39
4. Elaborar o roteiro.....	41
5. Selecionar e convidar participante	46
6. Enviar pauta ao (s) participante (s)	47
7. Separar equipamentos para a gravação.....	50
8. Captar o áudio.....	51
9. Editar o áudio e o programa/episódio	53
10. Hospedar o <i>Podcast</i> (programa/episódio)	55
11. Distribuir o programa/episódio.....	56
12. Divulgar o programa/episódio	57
Considerações finais	59
Referências bibliográficas	60



INTRODUÇÃO





INTRODUÇÃO

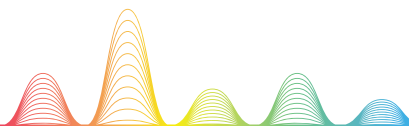
A Empresa Brasileira de Serviços Hospitalares (Ebserh), empresa pública vinculada ao Ministério da Educação (MEC), foi criada em 2011, por meio da Lei nº 12.550 e é responsável pela gestão de 40 (quarenta) hospitais universitários que estão distribuídos nas cinco regiões do país. É a maior rede hospitalar do Brasil e oferece mais de 7,5 mil (sete mil e quinhentas) vagas de residências médica e multiprofissional em 1020 (mil e vinte) programas, além de ser campo de prática aos mais de 60 (sessenta) mil graduandos na área da saúde em 32 (trinta e duas) universidades federais. (BRASIL, 2021).

A empresa conta com mais de 60 mil colaboradores entre empregados efetivos, servidores ativos vinculados às universidades, empregados temporários e servidores cedidos para a Ebserh (SISTEMA..., 2021). A estatal tem também como público, os órgãos de controle, órgãos do governo e a sociedade em geral.

Os atendimentos dos hospitais são 100% ofertados pelo Sistema Único de Saúde (SUS) e como hospitais universitários, também contam com atividades de ensino e pesquisa. Sua missão é "Oferecer serviço médico-hospitalar de referência, como integrante da rede de atenção hospitalar do SUS, por meio de ensino-aprendizagem para formação de profissionais de saúde". (BRASIL, 2020)

Há na empresa um plano estratégico que foi elaborado a partir do Mapa Estratégico da Rede Ebserh (2018-2023) que dispõe de direcionadores voltados para educação, inovação, transparência e atuação híbrida da rede que embasam as atividades da Comunicação Social da instituição. As ações da comunicação também são alicerçadas no objetivo estratégico que fomenta otimizar operações por meio da simplificação e digitalização de processos, inovação e disseminação das melhores práticas, além da gestão com competência, agilidade, transparência, atividades em rede e eficiência na utilização de recursos.

A Comunicação Social tem o papel fundamental de apropriar-se dos ensinamentos, dos conceitos e do processo do planejamento estratégico e da gestão estratégica para projetar e gerenciar a comunicação organizacional. É necessário envolver as pessoas para que elas percebam que a organização quer mudar, sendo a área de comunicação fundamental neste processo. (KUNSCH, 2003).



INTRODUÇÃO

Para alcançar suas finalidades, as unidades hospitalares e a administração central reportam-se diariamente aos diferentes públicos demandantes de informações dos mais variados assuntos. Estas solicitações são requisitadas por setores sociais, como: órgão de controle, instituições sem fins lucrativos, instituições governamentais, órgãos de fiscalização, demandas sociais, estudantes, público interno, imprensa, entre outros.

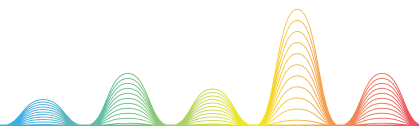
As informações fornecidas para o público externo são disponibilizadas por Ofício, notícias veiculadas na imprensa, publicações em redes sociais (Instagram, Facebook, Twitter e Youtube) e no portal da instituição.

O público interno recebe informações de diversas maneiras, a depender do objetivo pretendido ou de como e por qual razão foi solicitado. A comunicação é realizada por: Atos oficiais, conforme preconizado pelo Manual de Redação Oficial da Presidência da República; Intranet (Administração Central acessada por toda rede e algumas intranets locais – HU); Boletins Internos (House organs); E-mails (marketing e comunicados gerais); Wallpaper; Microsoft Teams; Revistas Institucionais; TV Corporativa; Murais físicos (avisos, comunicados cartazes, etc) e Murais Virtuais.

Atualmente, entre os principais problemas de comunicação interna da empresa está a dificuldade em alcançar todos os colaboradores pela diversidade no escopo das atribuições laborais, e conseqüentemente dos processos de trabalho, bem como pelo acesso à informação digital ser dificultado no ambiente de trabalho, a depender da região do país em que o hospital está alocado.

A Rede Ebserh é composta por colaboradores administrativos e assistenciais. Os administrativos, certamente, têm maiores condições de infraestrutura e de oportunidade para acessar os informativos digitais enviados pela intranet, por e-mail e afins. Em contrapartida, o trabalhador da assistência à saúde não possui uma estação de trabalho individual com computador e a dinâmica de trabalho não possibilita o acesso contínuo às informações nesses moldes.

Além disso, os informativos nos modelos utilizados pela empresa, muitas vezes, caem na rotina, tornam-se monótonos, pouco atrativos e acabam sendo banalizados.



INTRODUÇÃO

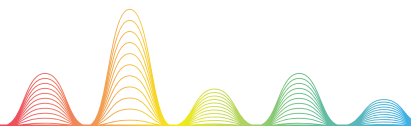
Entretanto, ao mesmo tempo que a situação de acesso à informação para o trabalhador assistencial é menos favorável no ambiente de trabalho, o consumo da informação pública acontece cada vez mais no meio digital, especialmente pelos celulares.

De acordo com Ferreira et al (2017), em um estudo sobre dinâmica da difusão de inovações no contexto brasileiro, o celular encontra-se próximo da difusão completa e foi identificada a predominância do uso do aparelho celular (smartphones) em detrimento do computador com acesso à internet.

Deste modo, há uma grande aposta e expectativa no potencial das chamadas novas mídias (internet, celular e IPTV) na comunicação pública, em particular as das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC). As teorias das novas mídias concentram-se, fundamentalmente, na tentativa de explicar o processo pelo qual as chamadas TIC podem ajudar a construir comunidades em torno de questões de carácter social, influenciando a participação das pessoas, promovendo a partilha de conhecimento, a expansão de redes sociais, testar mensagens e estratégias e influenciar o comportamento e a mudança social. (ESPANHA, 2020).

A internet alcança e influencia uma gama de pessoas e se utilizada da maneira correta e com informações confiáveis é capaz de responder às necessidades do público-alvo (empregados e empregador), dos comunicadores e neste caso concreto que é a Rede Ebserh, conseqüentemente, responder às necessidades dos usuários do SUS por receberem um atendimento de mais qualidade com profissionais mais preparados e engajados com a missão da empresa.

A comunicação interna é uma ferramenta estratégica para a compatibilização dos interesses dos empregados e da empresa, através do estímulo ao diálogo, à troca de informações e de experiências e a participação de todos os níveis (RHODIA, 1985). O intuito de fortalecer a comunicação interna é evitar ruídos na informação, criar um sentimento de pertencimento ao empregado, melhorar o ambiente de trabalho e minimizar possíveis crises de imagem da empresa pela difusão de informações incompletas ou equivocadas.



INTRODUÇÃO

Nesse sentido, com o objetivo de empoderar pessoas através da informação, a proposta é estimular um canal de comunicação através de notícias disseminadas por *podcasts* pelo fato desta mídia possibilitar o consumo da notícia de forma dinâmica, por transmissão da informação via internet, pelo celular ou computador, dando ao ouvinte a liberdade de escolha do melhor momento: quando ouvir, onde ouvir e como ouvir.

Ademais, de acordo com Fischer (CONHEÇA..., 2020)

Todos os colaboradores, independentemente da atividade laboral precisam ter interesse e entender a informação. Os informativos no meio digital, para serem de fato acessíveis e inclusivos, dependerão, entre outros fatores, de uma linguagem condutora e fácil de entender.

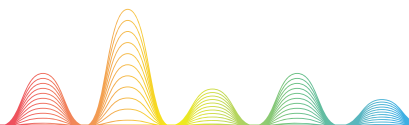
Entre as características básicas do *Podcast* está a linguagem simples, liberdade de temas e formatos, divisão em episódios temáticos, baixo custo de produção e contato direto com o receptor. Com essas características, ele pode ser usado para fortalecimento de marca, comunicação interna, comunicação institucional, debate social, entretenimento, informacional e educacional, entre outros (III SEMINÁRIO DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 2020).

Assim, propõe-se o Manual de Elaboração de *Podcast* para a Rede Ebserh com o objetivo de estimular o uso da mídia digital pela instituição como estratégia de fortalecimento da comunicação interna.



O QUE É *PODCAST*



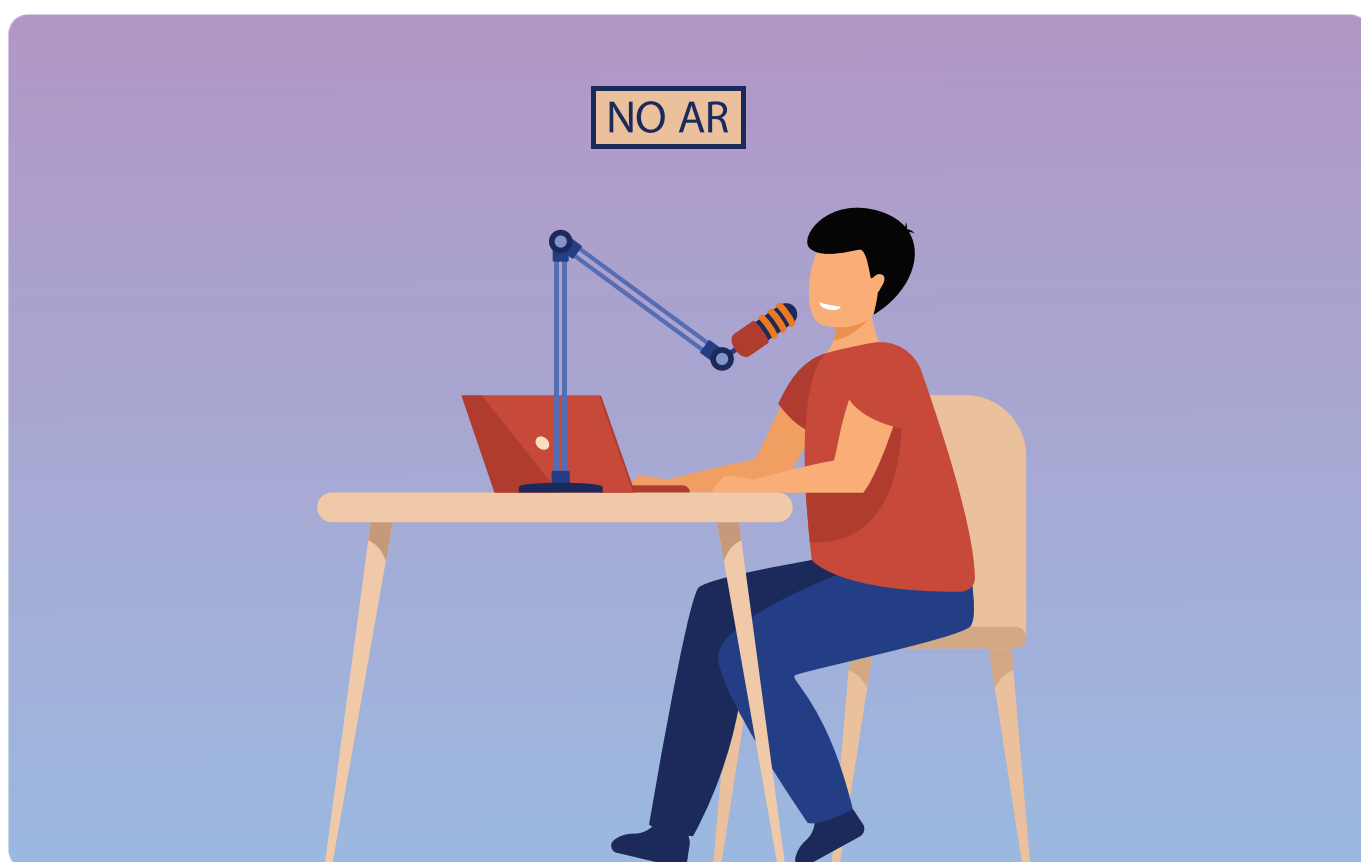


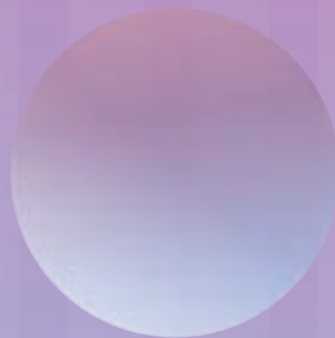
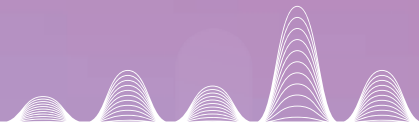
O QUE É PODCAST

Podcasts são programas de áudio ou vídeo que tem como principal característica o formato de distribuição através de *feed RSS (Really Simple Syndication)*. De acordo com Braga (2018), o *feed* é uma tecnologia que permite ao usuário ser avisado que algum conteúdo de seu interesse está disponível nos programas agregadores, como *Spotify, Deezer, Soundcloud*.

No que se refere a distribuição da mídia, atualmente, existem dois modelos de transmissão de conteúdo sonoro – através da rede mundial de computadores – baseados na tecnologia do *streaming* e do *download*. (VAN HAANDEL, 2009).

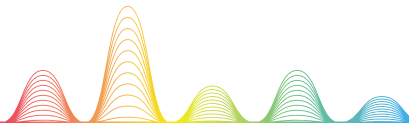
O *streaming* é uma forma de transmissão instantânea de dados de áudio e vídeo através de redes, sendo possível reproduzi-los imediatamente sem a necessidade de fazer *download*, o que torna mais rápido o acesso ao conteúdo *online*. O *download* é a transferência de dados de um computador remoto para um computador local possibilitando o ouvinte a consumir a mídia *offline*.



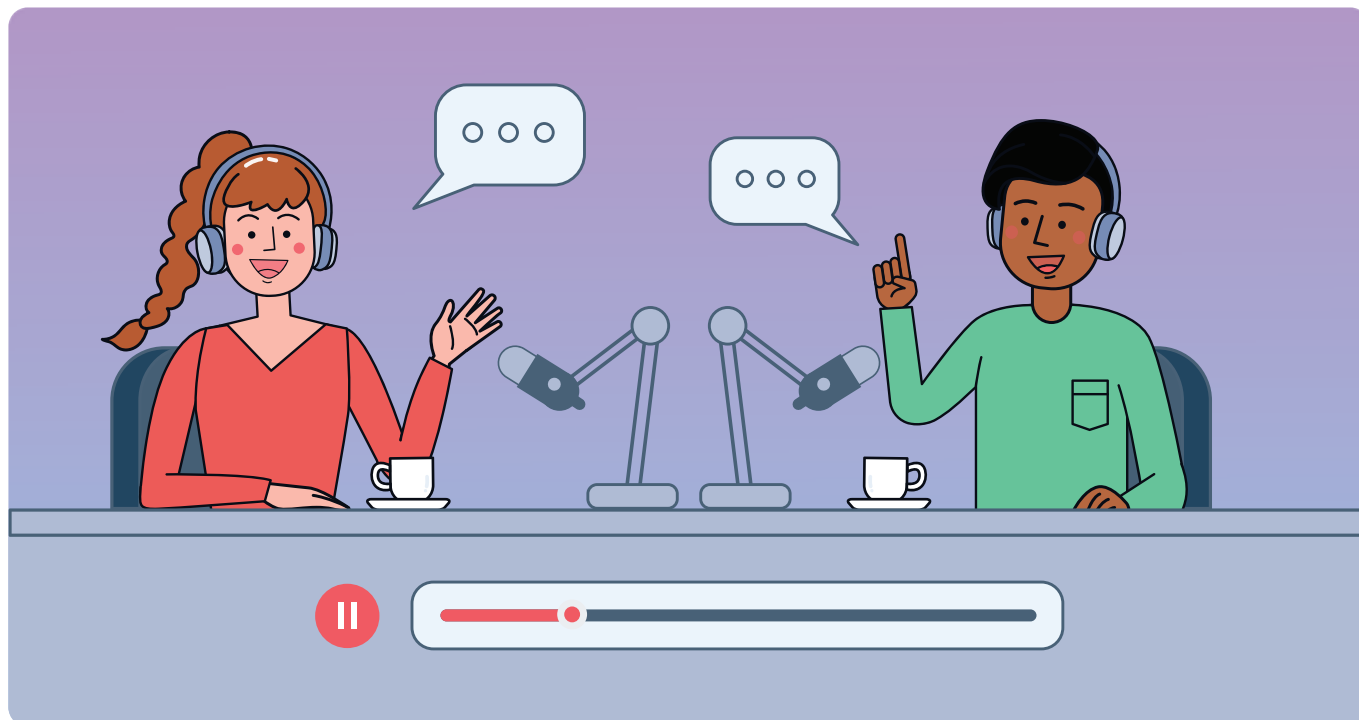


PORQUE PRODUZIR *PODCAST*





PORQUE PRODUZIR *PODCAST*

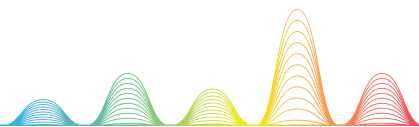


O *podcast* de áudio é um misto de duas das maiores tecnologias e meios de comunicação já criados: o rádio e a internet. São dois meios por onde a informação atinge milhares de pessoas, de uma forma democrática. O rádio sempre foi um meio de comunicação em massa, a internet já faz parte do cotidiano e a maioria das pessoas tem acesso, seja por computadores pessoais ou por seus *smartphones*. (AMARAL, 2019).

A Associação Brasileira de *Podcasters* (ABPod) realiza a PodPesquisa, a maior pesquisa sobre *podcasts* no Brasil. Na consulta realizada em 2018, traçou-se o perfil da audiência e dos hábitos de consumo da mídia digital no formato *podcast*. O questionário foi respondido por 24.398 (vinte e quatro mil e trezentos e noventa e oito) pessoas, sendo 22.691 (vinte e dois mil e seiscentos e noventa e um) ouvintes de *podcast*.

A pesquisa apontou que 16,5% consomem a mídia pelo som do carro, 25,6% pelo computador e 92,1% pelo celular/*smartphone* o que corrobora a característica da mobilidade por ser possível ouvir enquanto são realizadas atividades, como no trânsito para o trabalho e na realização de atividades domésticas, por exemplo (O PERFIL..., 2018).

Outra vantagem é que pode ser produzido por uma única pessoa tendo como recurso apenas um microfone ou gravador digital, um computador conec-



PORQUE PRODUZIR PODCAST

tado na internet e algum servidor na rede para armazenamento de seus programas e do recurso *RSS*. As produções caseiras podem ter alta qualidade sonora e custo baixo, pois na *web* existem muitos *softwares* livres para gravação e edição digital de áudio, além de músicas e vinhetas de uso liberado.

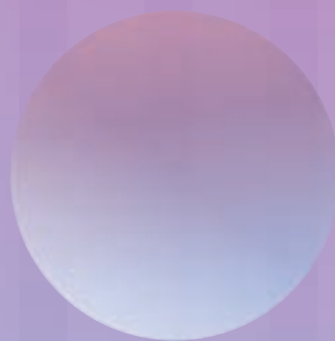
Conforme Freire (2013), a liberdade para produção da mídia também é uma facilidade, pois é possível se expressar em vários temas, de maneira formal ou informal. Além da simplicidade técnica necessária para se produzir e distribuir um *podcast*, por ser de baixo custo e por não necessitar de grandes equipes. A liberdade é também burocrática porque esse tipo de mídia não necessita de concessões legais para serem disseminadas.

Em estudo do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) em Portugal, Alagoa e Alturas (2013), aferiu até que ponto o *podcast* poderia ser adotado como uma ferramenta de comunicação por parte de organizações, bem como nas Instituições de Ensino Superior. Os resultados demonstraram que os alunos estavam familiarizados com a tecnologia e, consideraram em certa medida, uma importante ferramenta global de comunicação.

Ainda na pesquisa citada acima, observou-se que o *podcast* pode possibilitar, e até mesmo, facilitar, a existência de uma comunicação organizacional/institucional, para além da escrita. No âmbito de qualquer organização há necessidades comunicacionais tanto internas como externas e o *podcast* pode completar essas necessidades sem muitos esforços do ponto de vista material, temporal e financeiro.

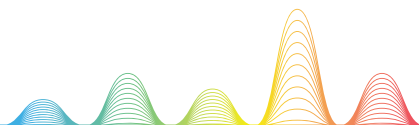
Infere-se, diante do recorrido, que a mídia digital, além de impulsionar e melhorar a comunicação interna da organização, pode auxiliar nas atividades educativas e pedagógicas da rede, levando em conta que a Ebserh, além de realizar a gestão dos hospitais universitários federais tem como objetivo apoiar na assistência à população, no ensino e na pesquisa.

Freire (2015), ainda defende o fato da promoção do desenvolvimento do pensamento crítico na produção de *podcasts*, pois para gravar e editar o áudio é preciso definir tema e formular pauta. Para tanto é necessário apropriar-se de informações sobre o assunto em discussão para verificação da relevância dos dados coletados, seleção do conteúdo a ser editado e qual é a melhor maneira de expressar as informações dando movimento e fluidez no produto final.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEH





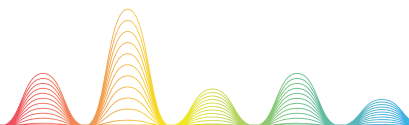
MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

Este manual foi elaborado a partir de material didático para o ensino de produção de *podcasts* fornecidos pela *Escola do Podcast* (e-book gratuito), pelo *The Podcast Host* que é um portal de conhecimentos compartilhados sobre *podcast*, pelo blog da *Feedgurus* que é uma empresa produtora de mídia digital, pelo portal *Bicho de Goiaba* que é produtora de *podcasts* e por meio de informações do livro *Podcast Descomplicado*.

As etapas de criação da mídia foram organizadas pelo *Bizagi Modeler*, *software* de modelagem de processos que faz a representação visual dos estágios e do fluxo de um processo que pode ser facilmente compreendida por interessados de nível técnico e não técnico. Esta ferramenta é usualmente utilizada para gestão de processos de negócios.

Segundo o Guia para Gerenciamento de Processos de Negócio (BPM CBOK), processo é uma sequência lógica de atividades interdependentes, ou seja, conjunto de tarefas necessárias para entregar uma parte específica e definível de um produto ou serviço, ordenadas no tempo e espaço de forma encadeada (ASSOCIATION..., 2009).



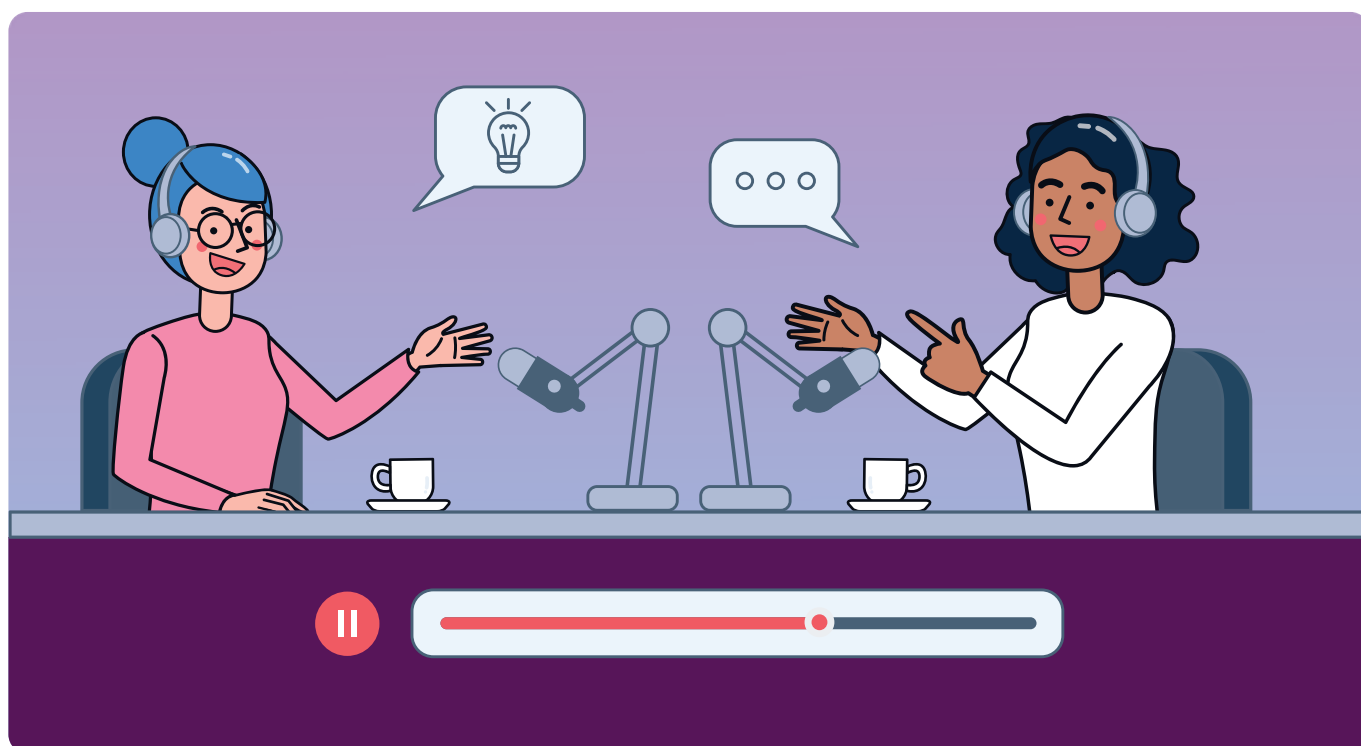


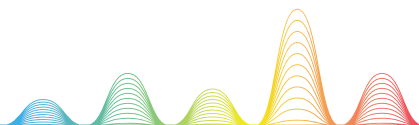
MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

Os diagramas do *Bizagi Modeler* usam símbolos básicos para visualizar processos de negócios, cada um deles pode ser categorizado em um dos quatro grupos: objetos de fluxo (eventos, atividades e *gateways*), objetos de conexão (fluxos de sequência, fluxos de mensagem e associações), *swimlanes* (piscinas e raias) e artefatos (objetos de dados, grupos e anotações). (BIZAGI..., 2021)

O objetivo do mapeamento do processo de produção de *podcasts* era deixar todo o passo a passo visual e fácil de entender, considerando que mapas de processos apresentam informações relacionadas a cada atividade, voltadas aos seus aspectos de entrada, processamento e saída, para análise e consequentemente, propostas de otimização, enquanto fluxogramas somente descrevem as etapas em ordem sequencial (BIZAGI..., 2021).

A partir do método descrito acima foi possível seguir para um outro nível de detalhamento do processo, ou seja, as formas de executar cada uma das atividades, o que deu origem ao Manual de Produção de *Podcast* da Rede Ebserh.





MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEH

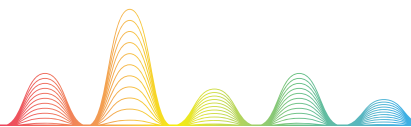
As atividades mapeadas foram: Planejar podcast (subdivide-se em outro processo); Definir tema do episódio; Definir formato do episódio; Elaborar roteiro; Selecionar e convidar participante; Enviar pauta ao participante, Separar equipamentos para a gravação; Captar o áudio; Editar o áudio e o episódio; Hospedar o podcast, Distribuir o episódio e Divulgar o programa/episódio.

O manual foi dividido em duas partes:

- a) **Parte I:** Descrição das atividades do Subprocesso Planejar *Podcast*;
- b) **Parte II:** Descrição das atividades para produção de *Podcast*.

Para o melhor entendimento das descrições das etapas elencadas abaixo, é relevante explicar que as atividades dos diagramas BPMN se subdividem em: Tarefas Simples; Tarefas de Usuário; Tarefas de Serviço; Tarefas de Recepção; Tarefas de Envio; Tarefa de Script; Tarefa Manual e Tarefa de Regra de Negócio.





MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSE RH

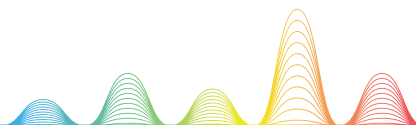
Para este manual é relevante descrever dois tipos de tarefa:

- a) Tarefa Manual: executada sem o auxílio de qualquer mecanismo de processos de negócio ou sem o auxílio de qualquer aplicativo ou software;
- b) Tarefa de Usuário: executada com o auxílio de software ou aplicativo.

Além disso, cabe esclarecer que o mapeamento realizado para a elaboração deste instrutivo foi desenhado considerando que todas as etapas fossem realizadas pelo mesmo ator e em razão disto não houve registo de mais de uma *swimlane* (piscinas e raias) que representaria subdivisões para determinar outros responsáveis (pessoa ou setor) por determinadas tarefas dispostas no processo.

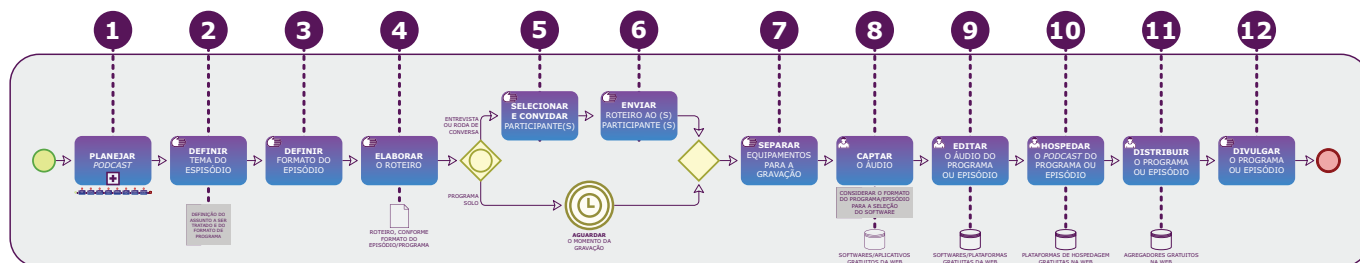
Deste modo, com base nas atividades mapeadas neste manual é possível remodelar o processo, à maneira que fique customizado para a realidade da área de comunicação de cada hospital, inserindo outras entradas, saídas e envolvidos como, por exemplo, quem escreve roteiro e quem confere, bem como quem autoriza a publicação do podcast e quem publica, entre outras possibilidades. Isto posto, pode-se reescrever o manual adaptado às especificidades.

A Escola Ebserh de Educação Corporativa (3EC), plataforma de educação à distância disponibilizada para os colaboradores da rede, fornece os cursos Gestão por Processos e Introdução de Gerenciamento de Projetos que podem auxiliar tanto para esta remodelagem, quanto para outras frentes de trabalho.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEH

Mapa do Processo de Produção



As atividades mapeadas e ilustradas no diagrama acima foram:

1 Planejar podcast (subdivide-se em outro processo)

2 Definir tema do episódio

3 Definir formato do episódio

4 Elaborar roteiro

5 Selecionar e convidar participante

6 Enviar pauta ao participante

7 Separar equipamentos para a gravação

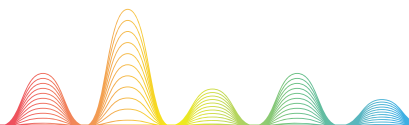
8 Captar o áudio

9 Editar o áudio e o episódio

10 Hospedar o podcast

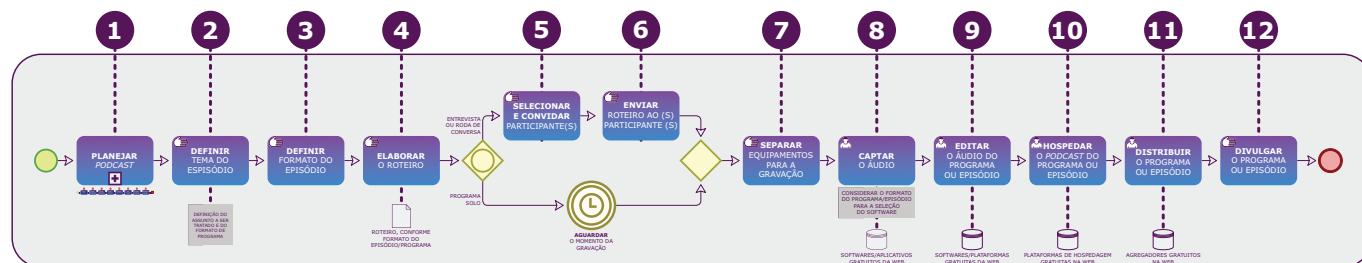
11 Distribuir o programa/episódio

12 Divulgar o programa/episódio

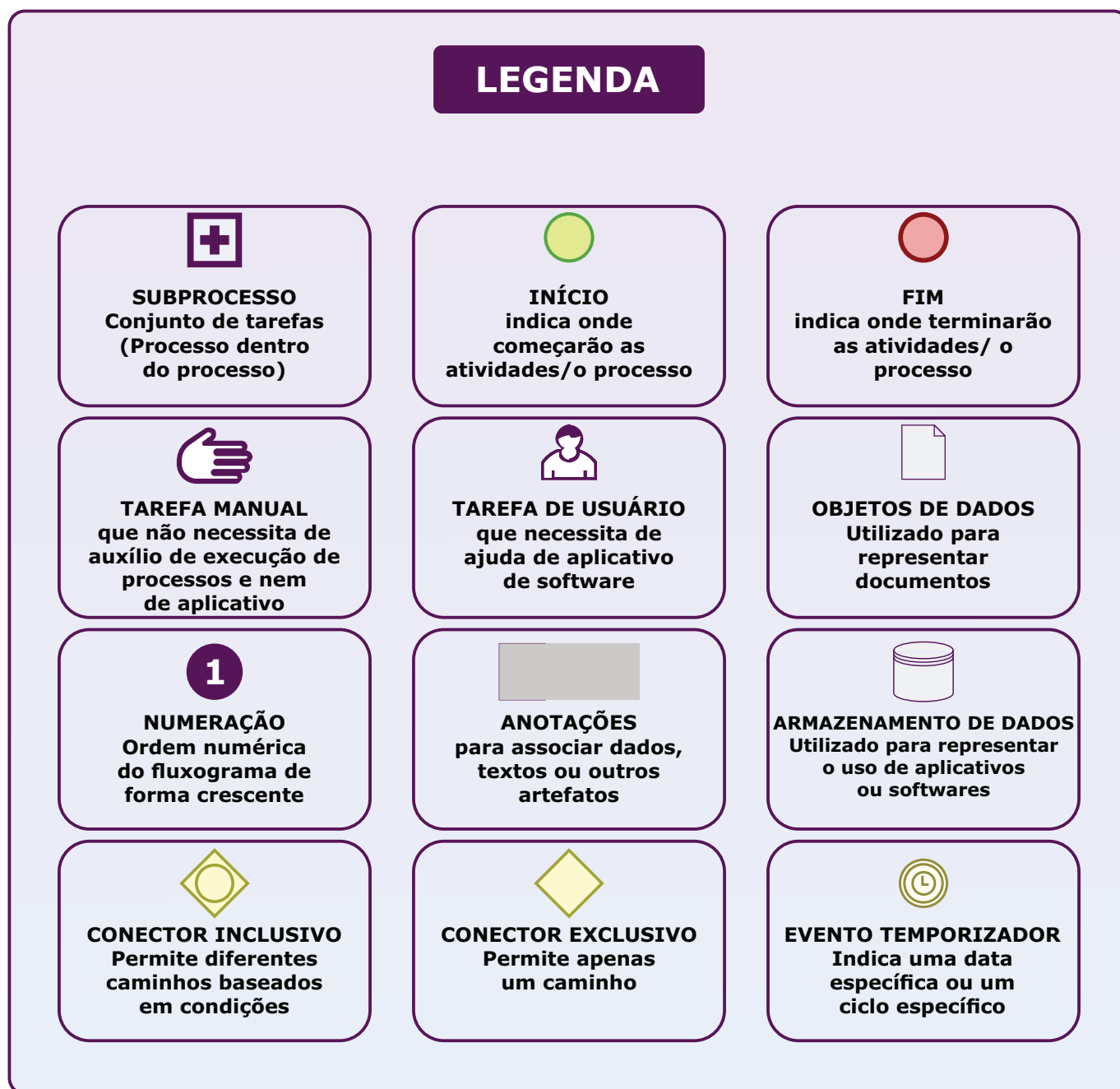


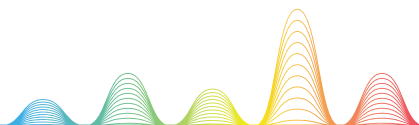
MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



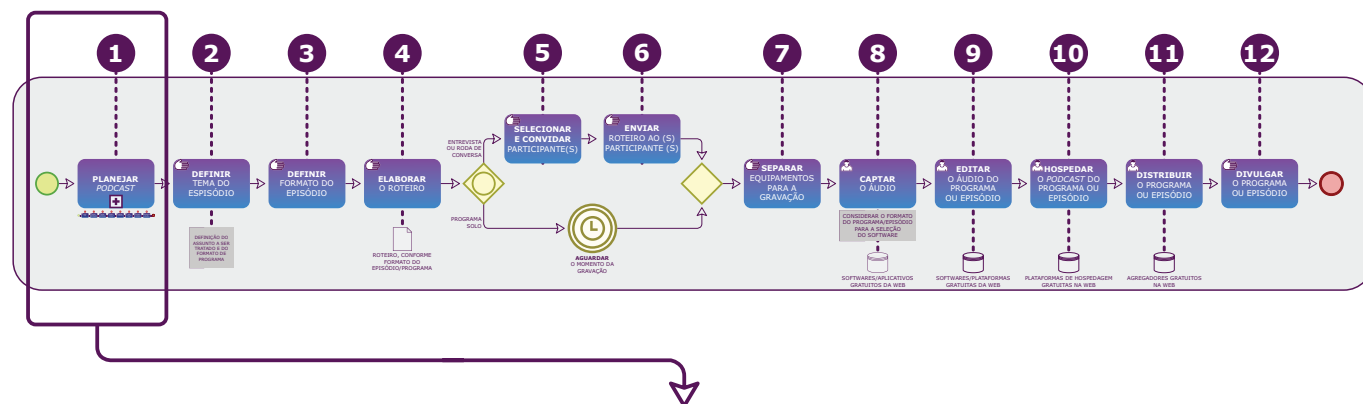
Para acompanhar o fluxograma, veja e entenda os símbolos utilizados.





MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSE RH

Mapa do Processo de Produção



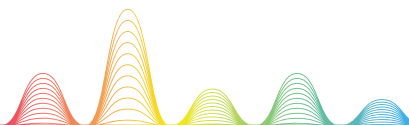
1

PLANEJAR *PODCAST*

O planejamento é uma etapa fundamental que deve ser valorizada e que exige atenção e cuidado para que a mídia tenha um bom alcance ao público-alvo, assim como para manter uma constância de ouvintes interessados.

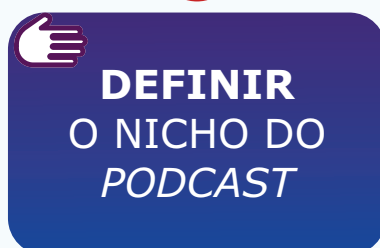
A definição de estratégia é importante para o êxito do programa e dos episódios. Assim, antes de começar a gravar, alguns pontos devem ser previamente providenciados.

O planejamento de produção de *podcasts* é um subprocesso que se divide em 8 (oito) etapas: Definir o nicho do podcast; Criar nome; Definir periodicidade dos episódios; Definir duração da cada episódio; Elaborar a descrição; Criar a arte da capa; Produzir a vinheta e o fechamento e Providenciar site para a hospedagem.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção

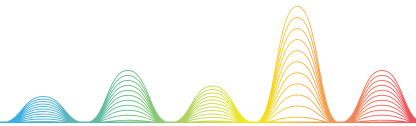


Nesta etapa deve-se pensar no público-alvo e no propósito do *podcast*.

Para identificar o público-alvo é necessário traçar o perfil do consumidor pretendido e no intuito de facilitar esta identificação, as empresas de *marketing* sugerem a criação de Personas como representação dos ouvintes em potencial para personalizar a comunicação.

Pela internet é possível buscar alguns modelos que direcionam o que é necessário para a criação do personagem que representa o ouvinte, com todas as principais características e necessidades, o que auxiliará a definição do propósito do *podcast*.

Tão importante quanto definir o ouvinte é dar uma razão para que ele ouça o programa, mas também para voltar a ouvi-lo. Uma boa maneira de envolver pessoas é levantar os principais problemas enfrentados pelo



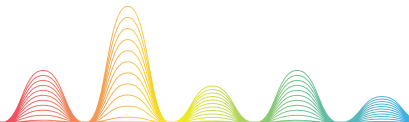
MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



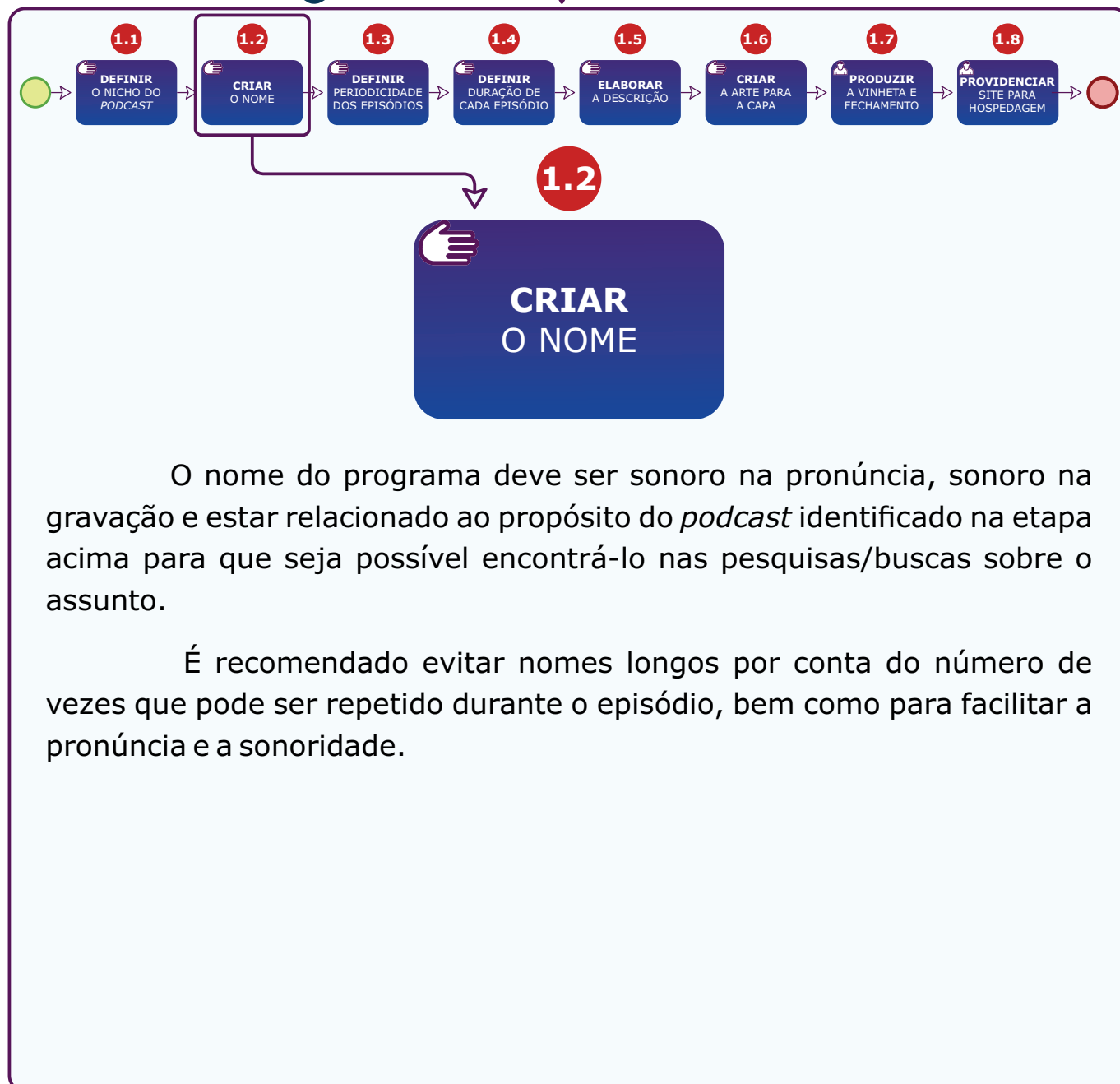
persona e ajudá-lo a resolver ou esclarecer dúvida por meio do *podcast*.

A personalidade e os questionamentos acima elencados, auxiliam na produção do conteúdo, na manutenção do foco do programa e no envolvimento das pessoas.



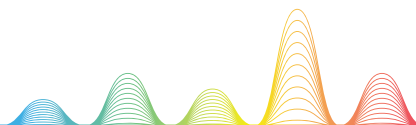
MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção



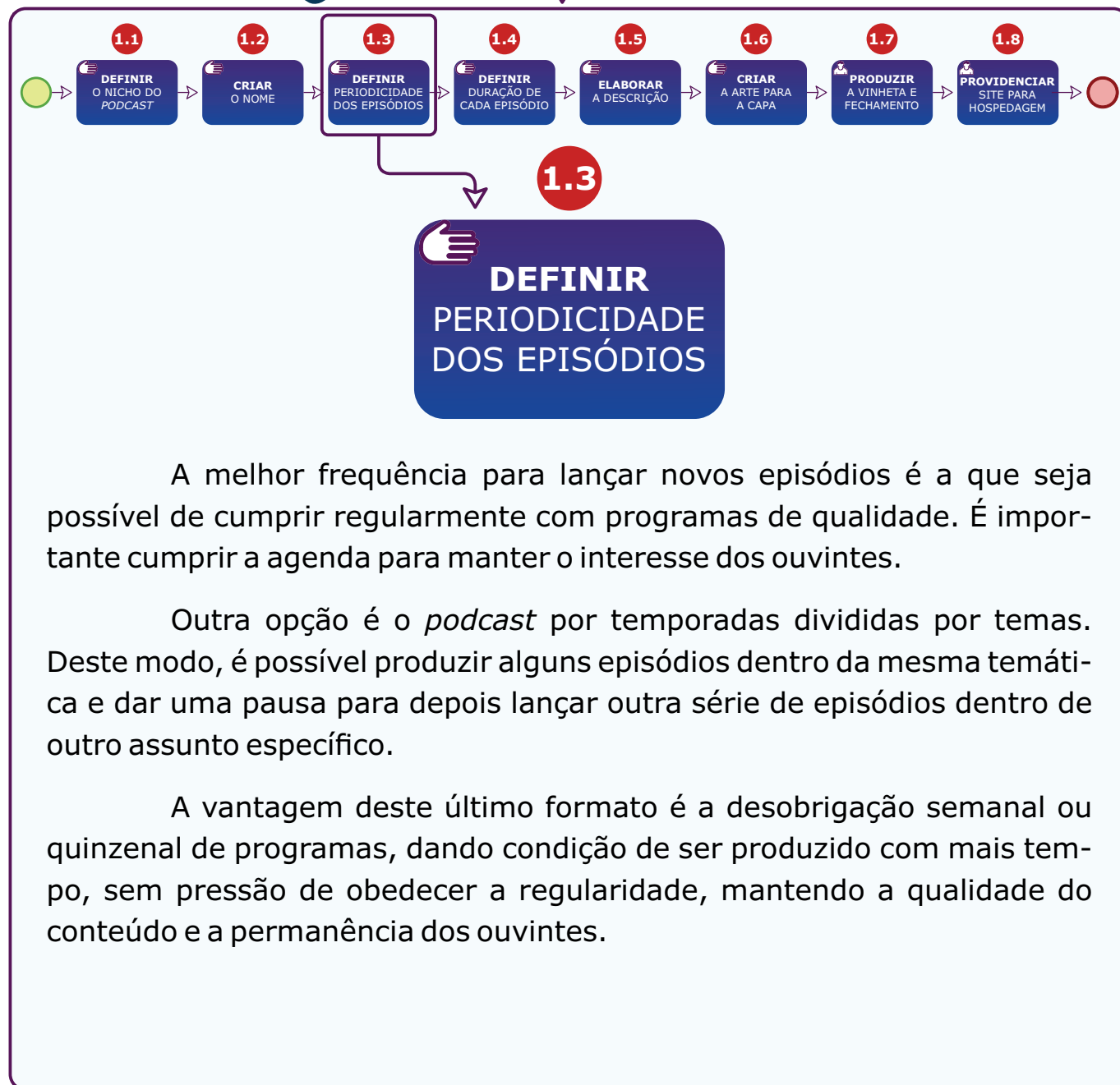
O nome do programa deve ser sonoro na pronúncia, sonoro na gravação e estar relacionado ao propósito do *podcast* identificado na etapa acima para que seja possível encontrá-lo nas pesquisas/buscas sobre o assunto.

É recomendado evitar nomes longos por conta do número de vezes que pode ser repetido durante o episódio, bem como para facilitar a pronúncia e a sonoridade.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção



A melhor frequência para lançar novos episódios é a que seja possível de cumprir regularmente com programas de qualidade. É importante cumprir a agenda para manter o interesse dos ouvintes.

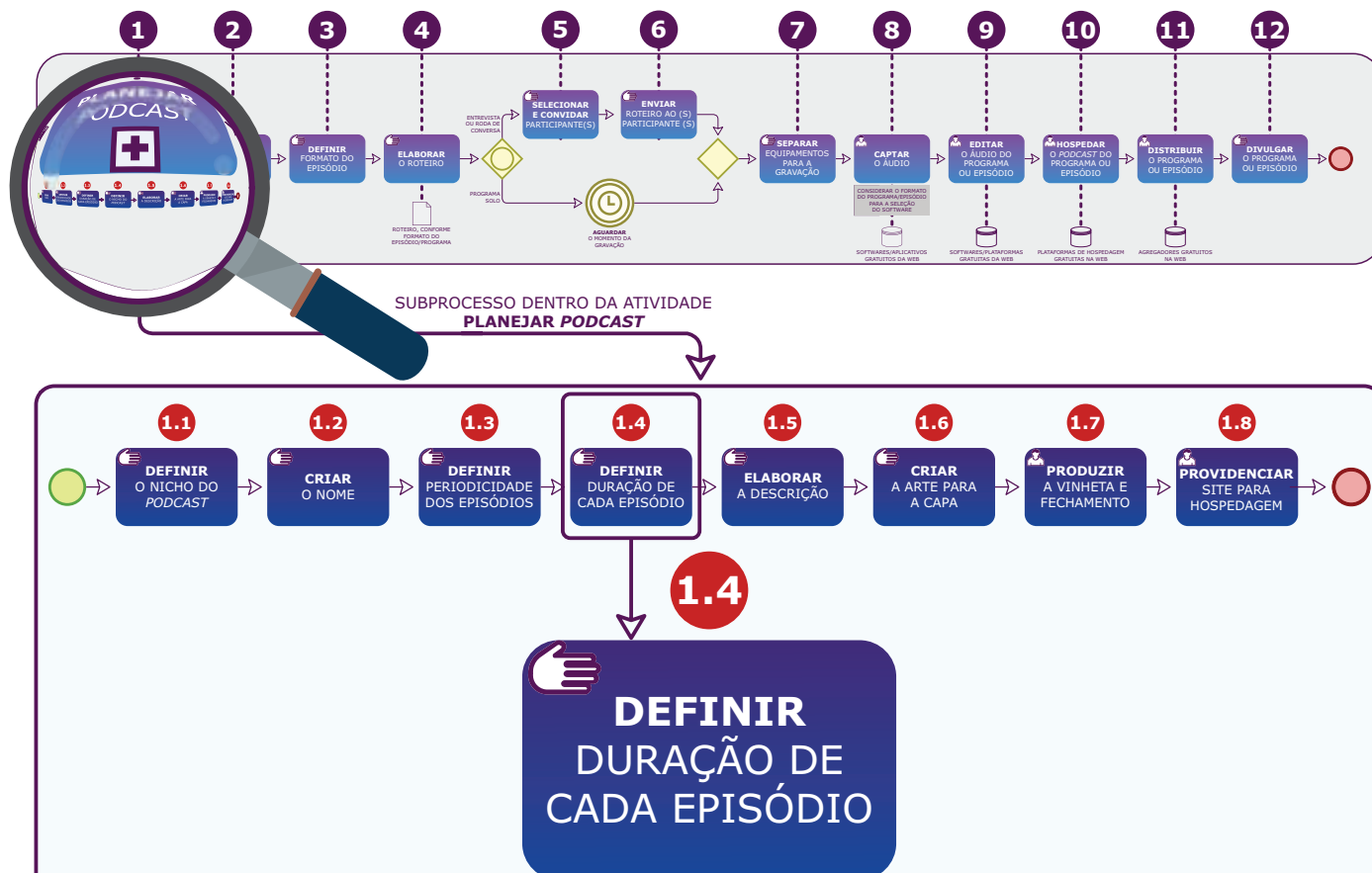
Outra opção é o *podcast* por temporadas divididas por temas. Deste modo, é possível produzir alguns episódios dentro da mesma temática e dar uma pausa para depois lançar outra série de episódios dentro de outro assunto específico.

A vantagem deste último formato é a desobrigação semanal ou quinzenal de programas, dando condição de ser produzido com mais tempo, sem pressão de obedecer a regularidade, mantendo a qualidade do conteúdo e a permanência dos ouvintes.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSERH

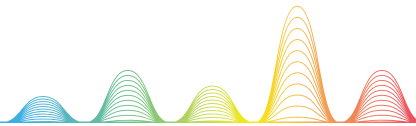
Mapa do Processo de Produção



Não há uma duração ideal, usualmente, mas é sempre importante considerar o contexto e fatores como conteúdo, público e formato de programa escolhido.

O recomendado é manter uma média de tempo, podendo variar um pouco para mais ou menos, pois, de acordo com a *Bridge Ratings*, empresa americana líder em análise de comportamento do consumidor de mídia, os ouvintes memorizam o nome do podcast e o tempo médio de cada episódio. (PODCAST..., 2019)

Sugere-se ainda, considerando que se trata de podcast institucional e que provavelmente será consumido no ambiente de trabalho, que cada episódio seja de até 20 (vinte) minutos, com as devidas variações, se for o caso, pois a mesma pesquisa mencionada acima, indicou que o tempo médio gasto com podcasts pelo público é de 22 (vinte e dois) minutos. Esta métrica também reflete o consumo parcial do podcast, ou seja, podcasts de



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

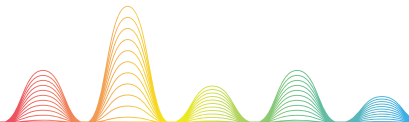
Mapa do Processo de Produção



SUBPROCESSO DENTRO DA ATIVIDADE **PLANEJAR PODCAST**



maior duração são frequentemente ouvidos em 2 (duas) ou mais sessões ou abandonados sem serem ouvidos até o fim. (PODCAST..., 2019)



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

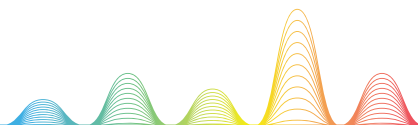
Mapa do Processo de Produção



O principal objetivo da descrição é convencer o público que o conteúdo vai agregar valor de alguma maneira às atividades, ao conhecimento ou à vida funcional.

A descrição faz parte das primeiras impressões sobre o *podcast*. Deste modo é interessante ter um resumo com as características do programa como público-alvo, a regularidade que os episódios serão postados, menção do conteúdo que predominará no programa ao longo dos episódios (ou apenas mencionar que é para assuntos diversos da instituição) e uma frase que chame o público para ouvir os episódios quando postados. Além disso, a descrição também pode disponibilizar as fontes de informação e as redes sociais.

Em complemento à etapa 1.2 (criação do nome) do planejamento, uma boa descrição é fundamental para que o *podcast* seja indexado nos principais buscadores e, assim, seja facilmente encontrado.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção

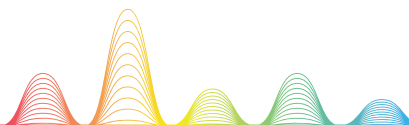


CRIAR A ARTE PARA A CAPA

A capa do *podcast* é a primeira impressão que vai deixar no público. É essencial que tenha destaque e seja atraente para o nicho.

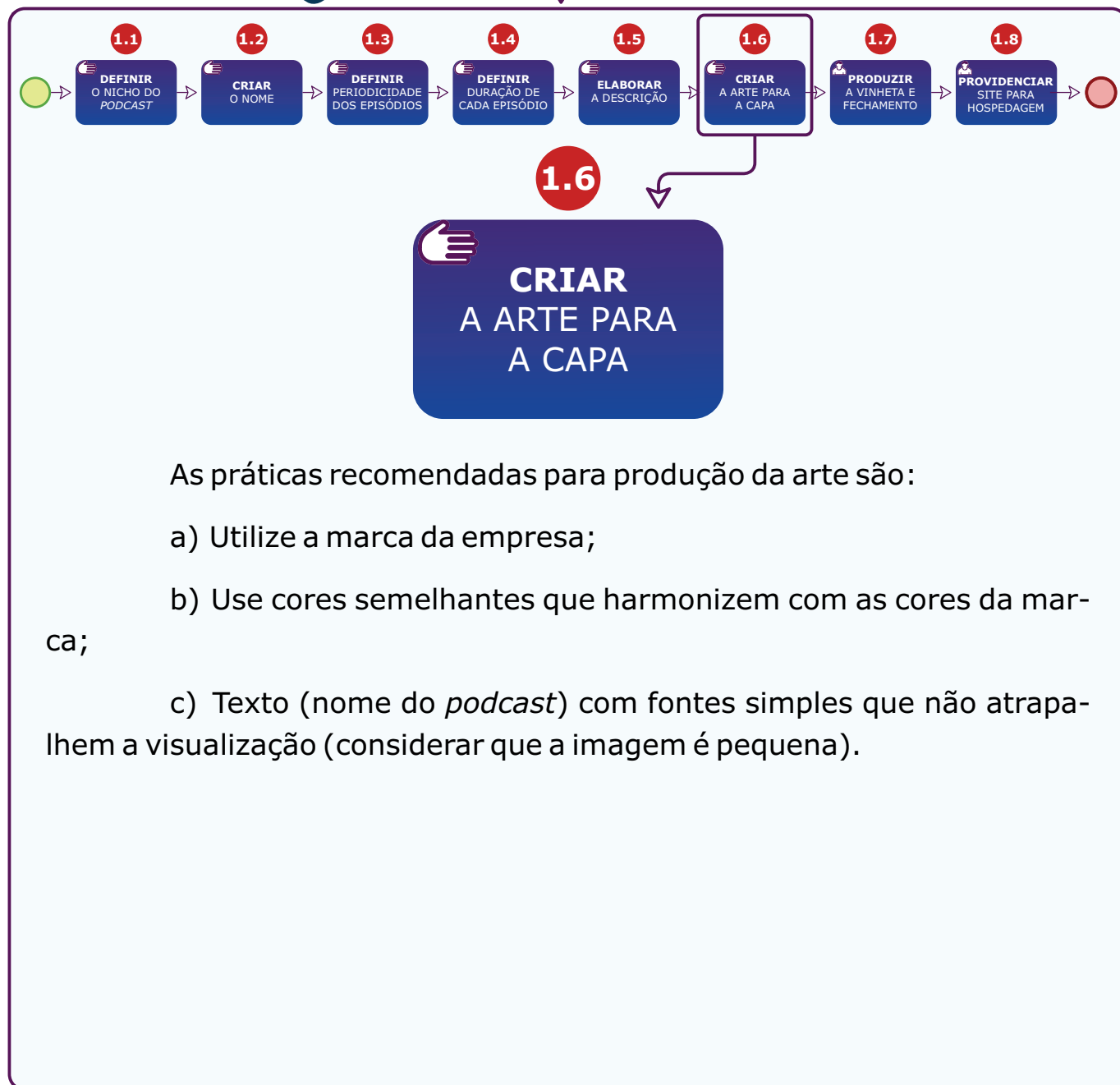
Há plataformas na *web* em suas versões gratuitas que possibilitam a criação da capa como por exemplo o *Canva*, *Anchor*, *Bannersnack* e *Adobe Spark*.

É necessário que a capa tenha uma resolução mínima de 1.400 x 1.400 pixels e máxima de 3.000 x 3.000 pixels a 72 dpi (pontos por polegada). Esta é a exigência do agregador da *Apple* que é o mais rígido em termos de cadastro. Em razão disso, as capas são padronizadas neste sentido em todos os outros agregadores.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção



As práticas recomendadas para produção da arte são:

- a) Utilize a marca da empresa;
- b) Use cores semelhantes que harmonizem com as cores da marca;
- c) Texto (nome do *podcast*) com fontes simples que não atrapalhem a visualização (considerar que a imagem é pequena).

MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

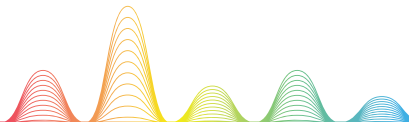
Mapa do Processo de Produção



A vinheta e o fechamento são as identidades sonoras do *podcast*. Podem ser gravados e editados nos mesmos moldes da edição do episódio (item 9).

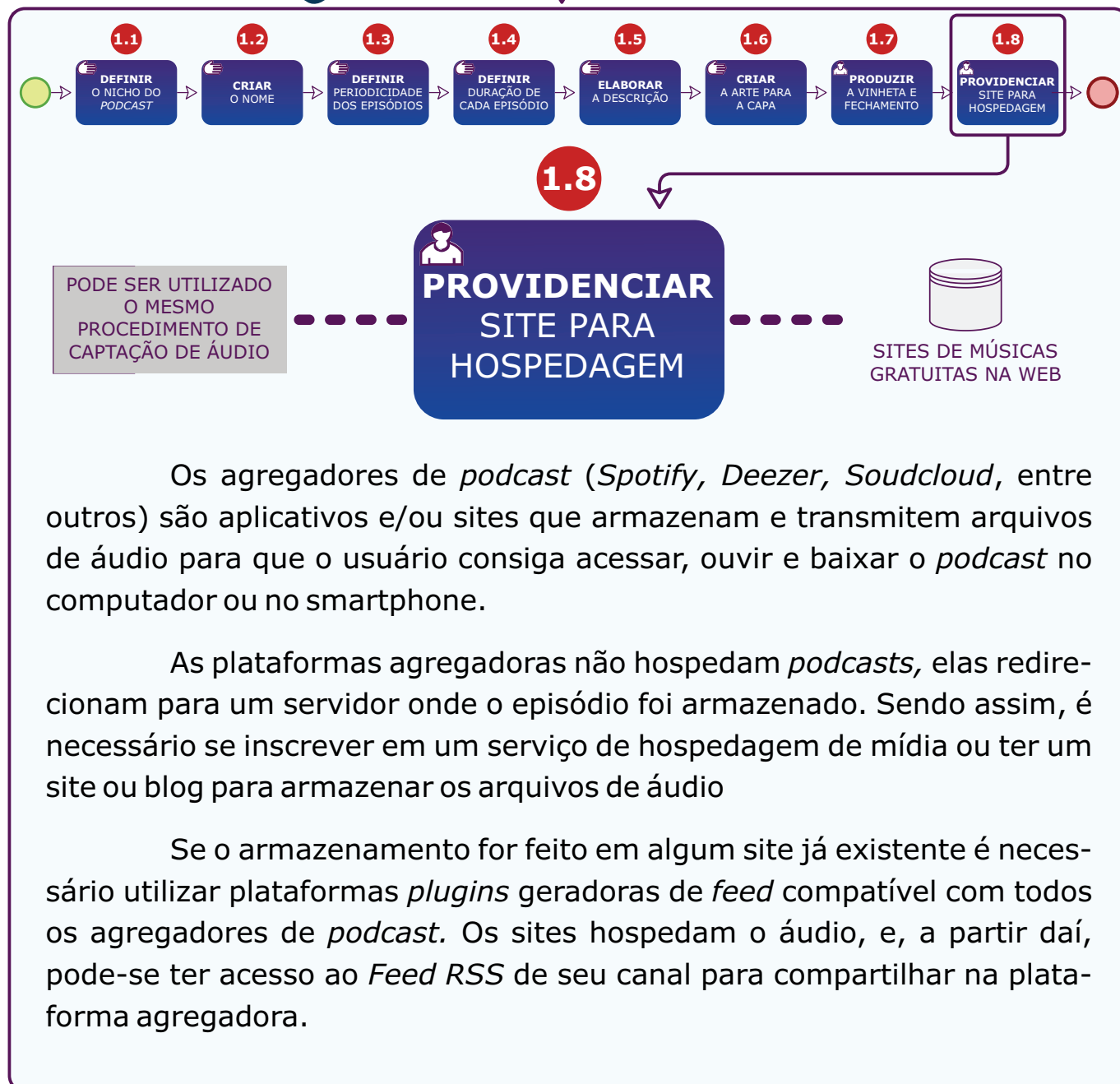
Há também a facilidade de buscar vinhetas e fechamentos gratuitos na internet, apesar das opções customizadas gerarem maior identificação com o programa e mais impacto no público-alvo.

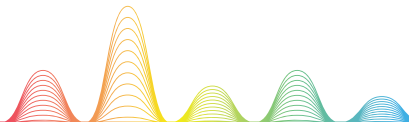
Outra opção é solicitar o apoio da Faculdade de Comunicação ou Faculdade de Música da Universidade vinculada para gravar e editar a vinheta e o fechamento utilizando uma estrutura mais adequada, se houver. Como a vinheta e o fechamento são gravados e editados uma única vez e considerando que tocará diversas vezes, compensa solicitar este apoio.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção





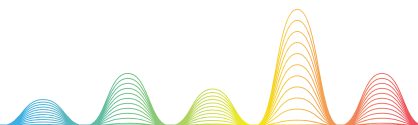
MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção



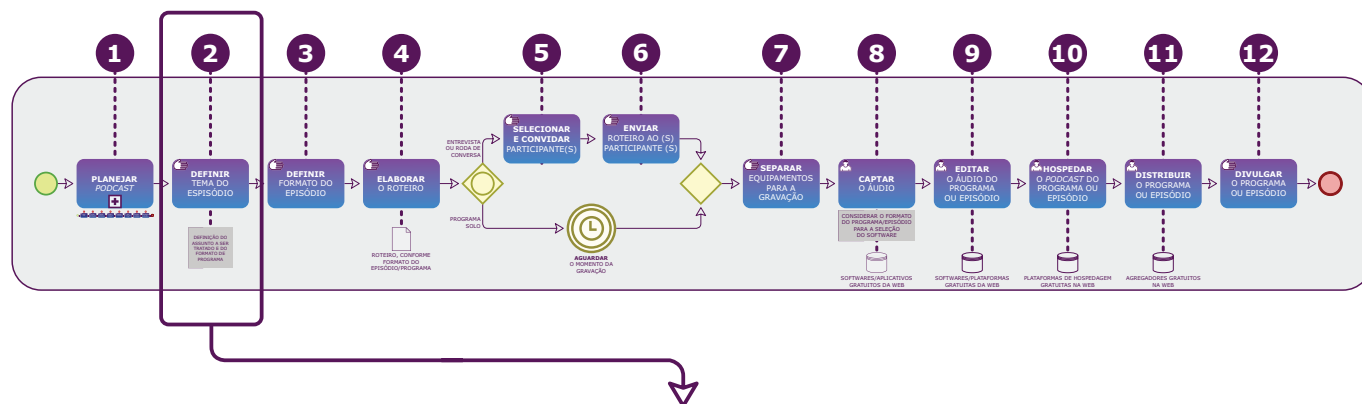
O apoio da área de tecnologia da informação nesta etapa é fundamental.

Nota: As etapas de planejamento descritas acima serão realizadas apenas uma vez no momento de criação do programa ou para atualização do formato, caso necessário ou oportuno.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



2

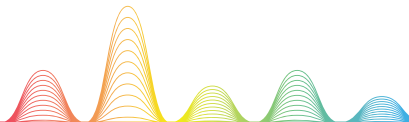
DEFINIR TEMA DO EPISÓDIO

DEFINIÇÃO DO ASSUNTO A SER TRATADO E DO FORMATO DE PROGRAMA

A definição do tema depende do propósito do programa de *podcast* e do nicho definidos na fase de planejamento (atividade 1.1 do planejamento). É interessante considerar as tendências da época, ou seja, o que está em voga ou discussão dentro do contexto do propósito definido.

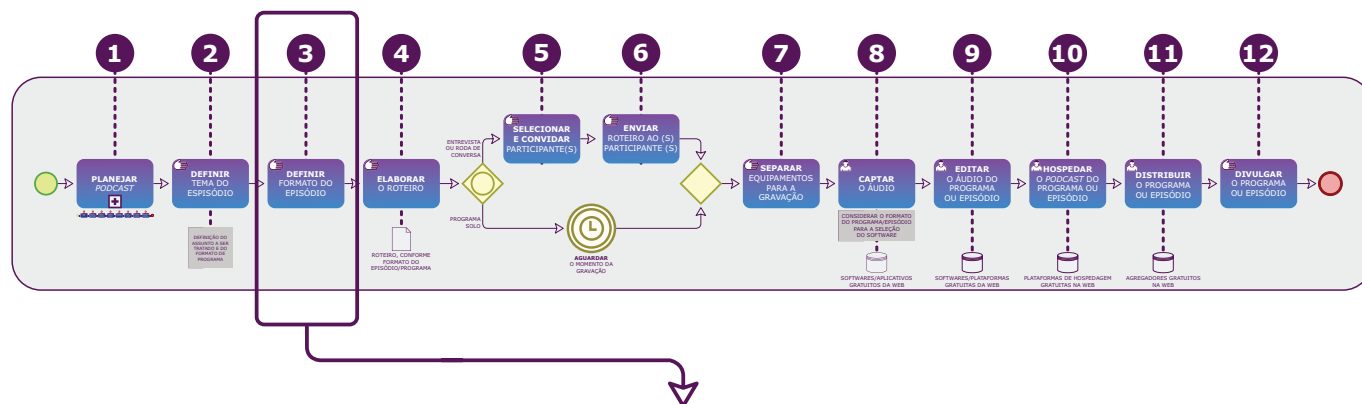
Nesta etapa também é fundamental decidir o nome do episódio. Assim como no nome do programa definido no planejamento, o nome do episódio também precisa ser sonoro na pronúncia, sonoro na gravação e estar relacionado ao conteúdo que será tratado e assim facilitar as pesquisas/buscas sobre o assunto pelo usuário. Prefira nomes curtos e evite o uso de caracteres especiais e abreviações.

Ainda pensando sobre as buscas, sugere-se evitar a nomeação de episódios somente por números sequenciais sem nenhuma definição qualitativa. (Episódio 1, Episódio 2 e assim sucessivamente).



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



3

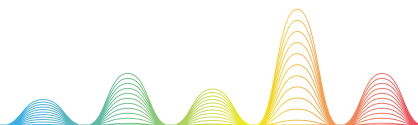
DEFINIR FORMATO DO EPISÓDIO

Como exposto anteriormente, entre as características básicas do *podcast* está a linguagem simples e a liberdade de temas e formatos.

Os diferentes tipos de *podcast* permitem inovações e ajudam a adequar a mensagem para cada tipo de público ou finalidade. O importante é selecionar um estilo que seja possível manter, pois é recomendado que os episódios do mesmo programa sejam frequentes em seus formatos, podendo variar vez ou outra, caso seja oportuno.

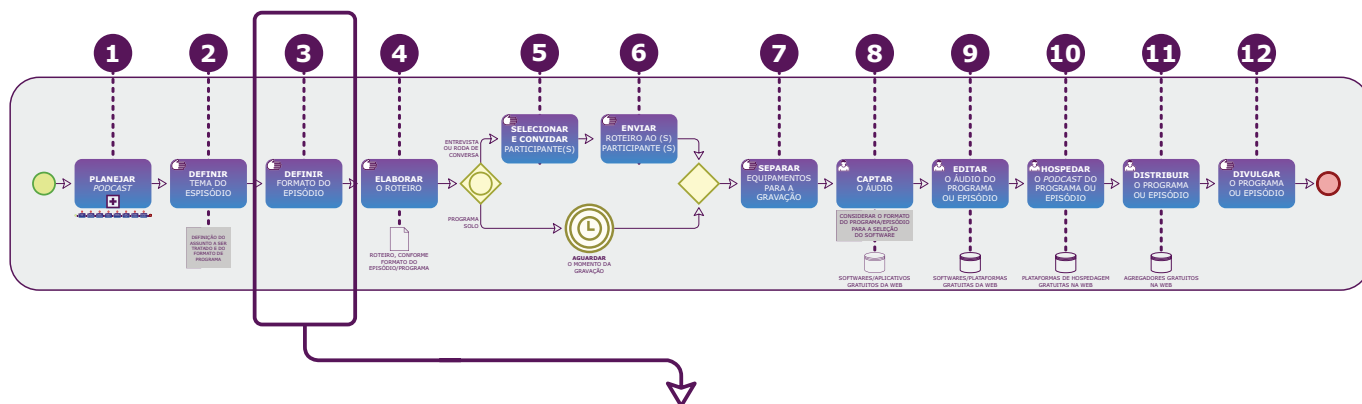
Seguem exemplos de formato que podem ser mais adequados para *podcasts* institucionais:

- a) *Podcast* solo;
- b) *Podcast* de entrevistas;
- c) Roda de conversa ou mesa redonda;
- d) Informativo/jornalístico.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção

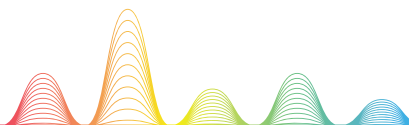


3

DEFINIR FORMATO DO EPISÓDIO

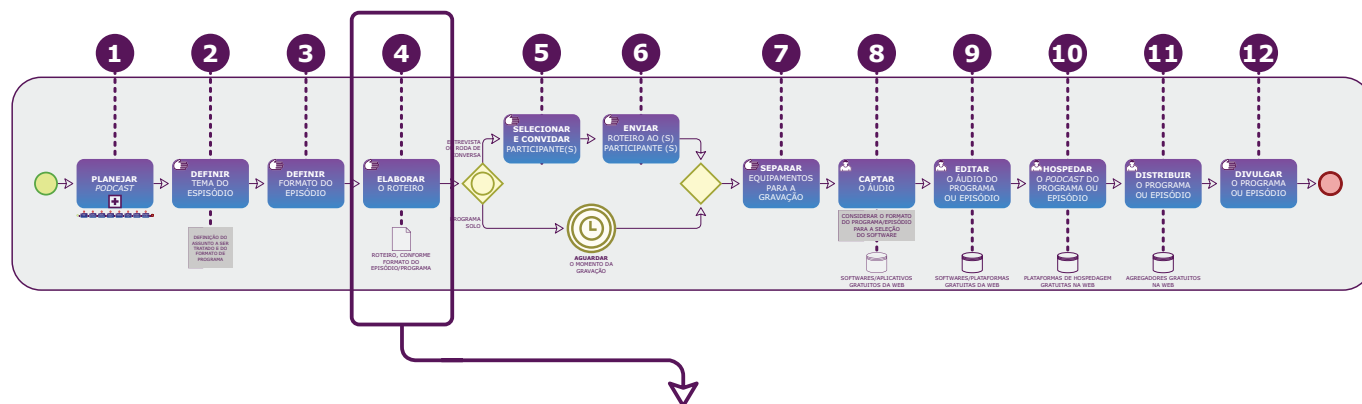
Conforme exposto acima, este é um rol exemplificativo, sendo possível buscar outros formatos que se encaixem melhor ou criar um modelo híbrido com a junção de dois tipos.

Na internet há uma gama de sites de empresas de *marketing* e produção de conteúdo com muitas sugestões de formatos, bem como orientações para colocá-lo em prática.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEH

Mapa do Processo de Produção



4

ELABORAR O ROTEIRO

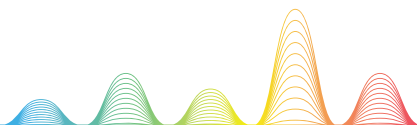
ROTEIRO, CONFORME
FORMATO DO
EPISÓDIO/PROGRAMA

A estruturação do conteúdo é fundamental independentemente do formato escolhido para apresentar o *podcast*. No entanto, a organização do roteiro depende do formato.

No caso de *podcast* solo sugere-se a preparação do texto organizado com as falas do assunto a ser tratado. O apresentador precisa ter segurança no que vai falar e é importante ter um texto com a indicação das pausas pretendidas e efeitos sonoros. Em roda de conversa e entrevista é essencial o estudo sobre o assunto, bem como um envio prévio das possíveis perguntas e/ou tópicos que serão abordados.

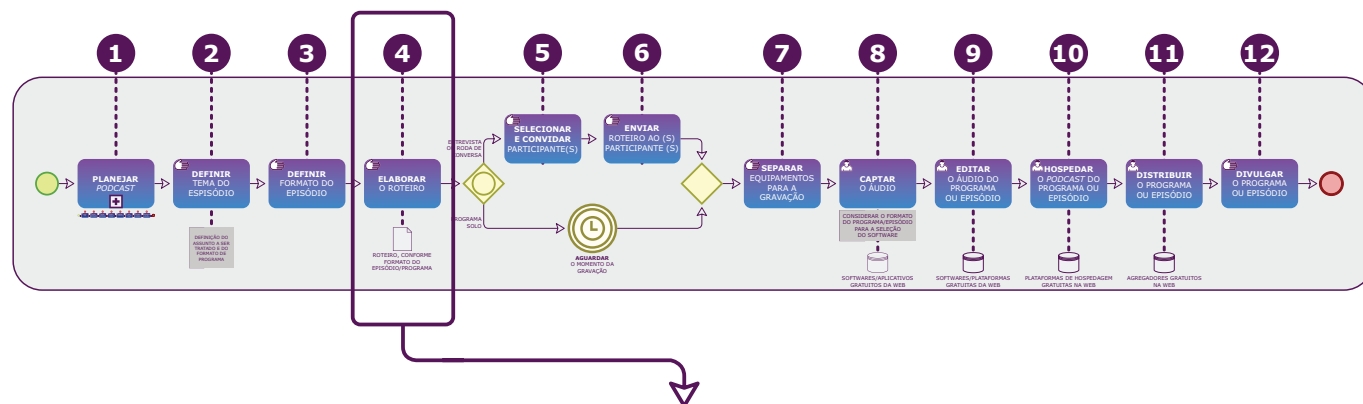
Embora a simplicidade e naturalidade estejam entre as principais características do *podcast*, a ideia do roteiro não é ter falas ensaiadas e um programa engessado, mas é importante ter uma preparação mínima e um direcionamento para garantir a qualidade do produto final.

O modelo de estrutura apresentada abaixo foi retirado do livro



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



4

ELABORAR O ROTEIRO

ROTEIRO, CONFORME FORMATO DO EPISÓDIO/PROGRAMA

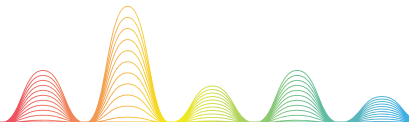
Podcast Descomplicado que teve como base o material do *The Podcast Planner*. Esta organização pode ser adaptada a qualquer formato de *podcast*.

a) Introdução rápida para dizer o que tem de bom no *podcast* e no episódio na seguinte ordem:

- Apresentação do *Podcast*;
- Apresentação do Episódio e dos convidados;
- Porque é interessante.

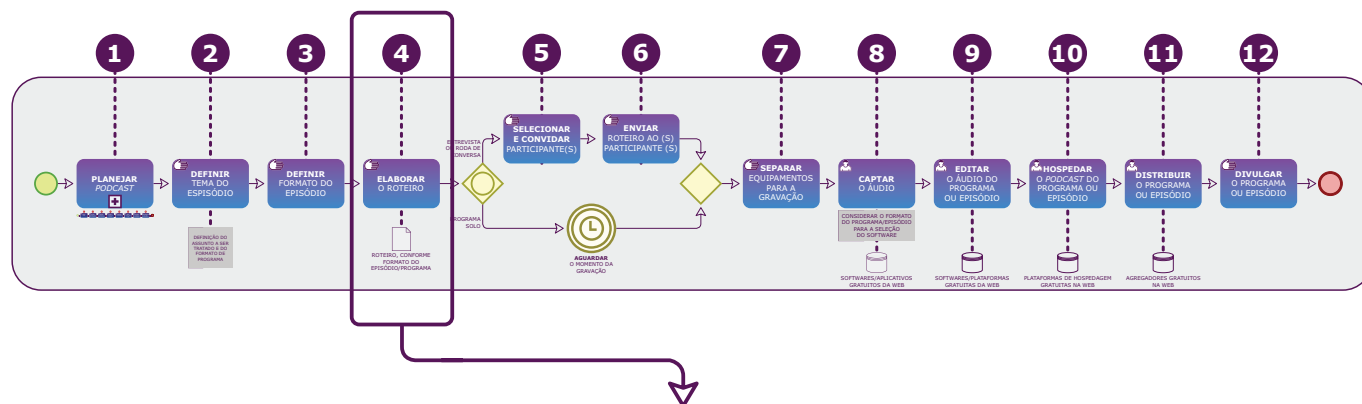
b) O desenvolvimento do programa divide-se em 3 (três) atos:

- Começar a aprofundar no assunto e definir os primeiros conceitos;
- Aprofundar no assunto e trazer à tona os principais fatos;
- Os fatos devem alcançar um desfecho.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



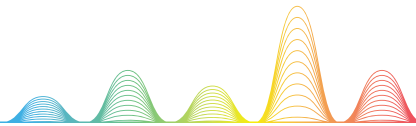
4

ELABORAR O ROTEIRO

ROTEIRO, CONFORME
FORMATO DO
EPISÓDIO/PROGRAMA

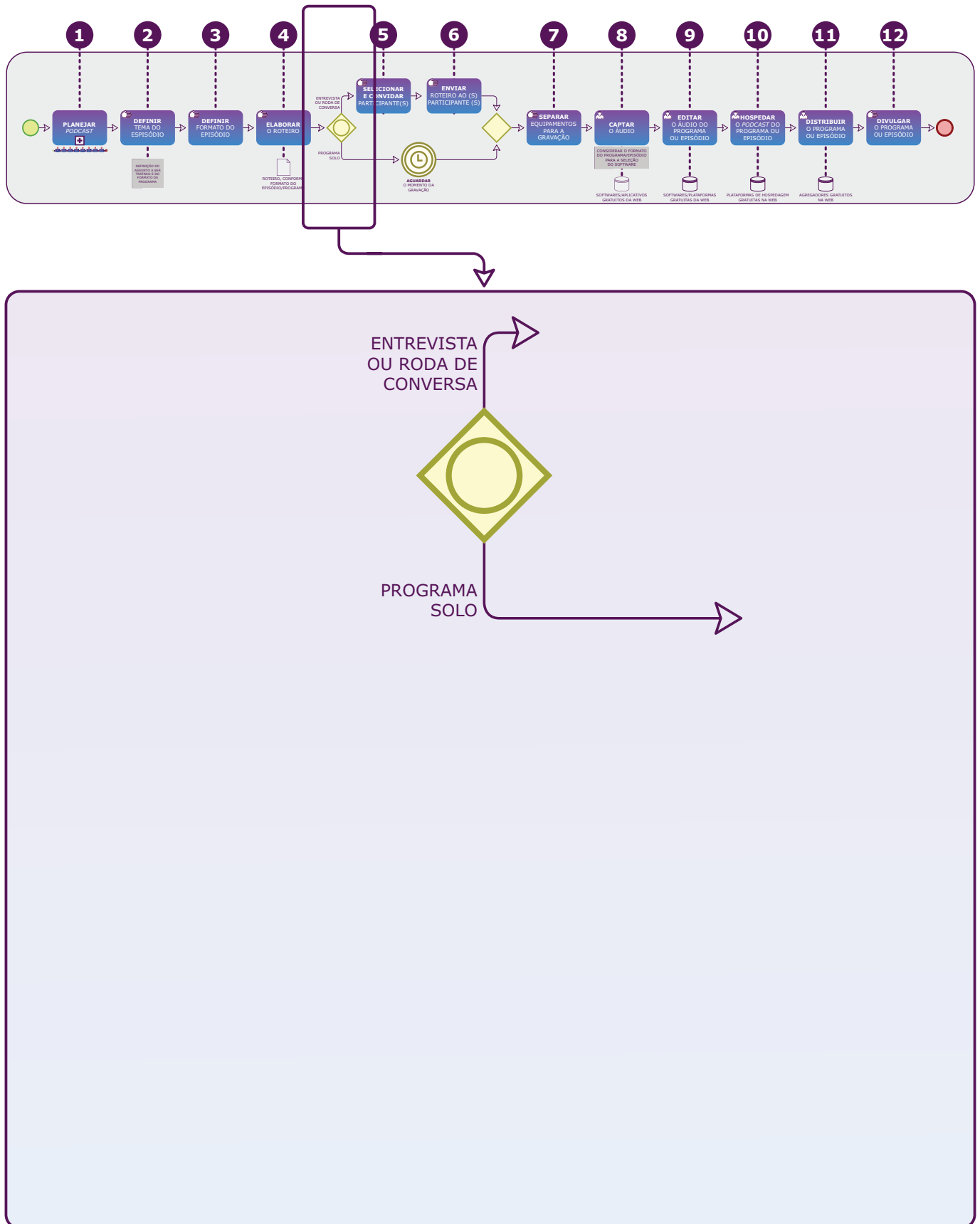
c) Encerramento rápido e conclusão:

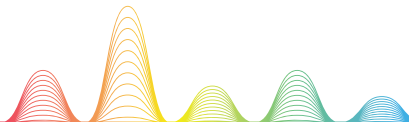
- Considerações – faça uma análise de como o conteúdo do *podscat* pode impactar o ouvinte;
- *Call to action* – a relação com o ouvinte foi criada e peça que ele faça uma ação (seguir as redes sociais, curtir posts e afins);
- *Teaser* – Despeça e crie a expectativa para o próximo episódio.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

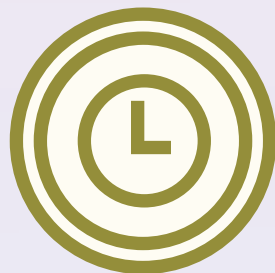
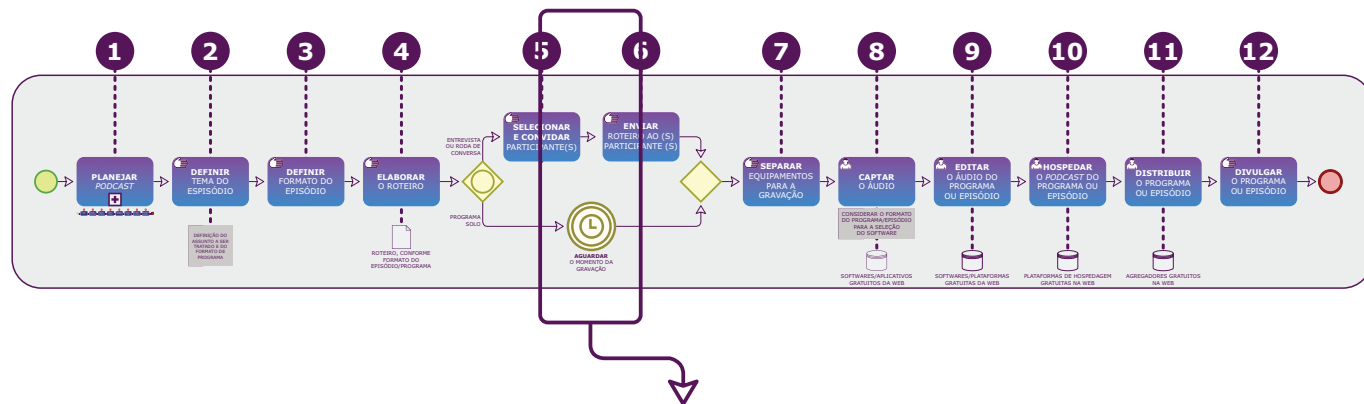
Mapa do Processo de Produção



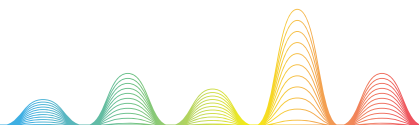


MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção

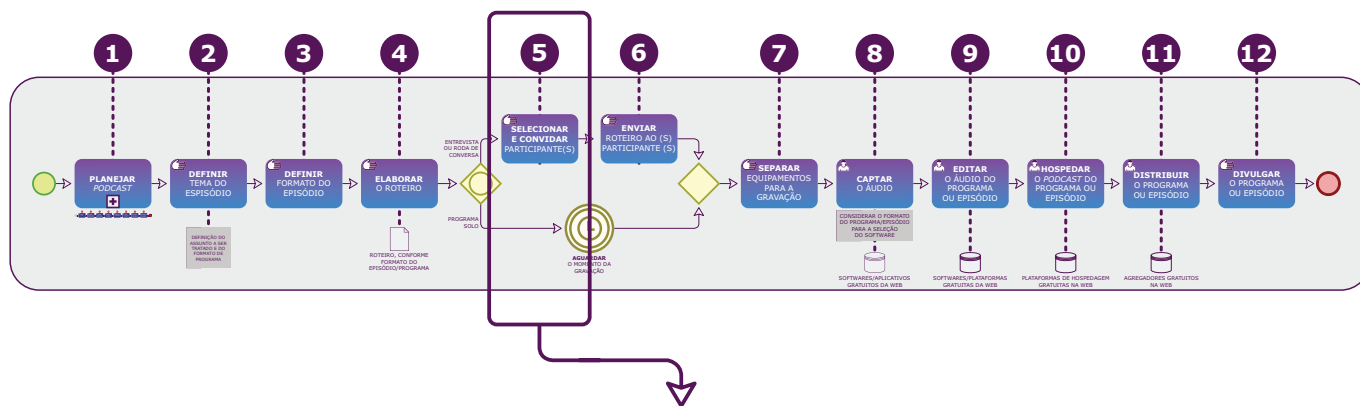


**AGUARDAR
O MOMENTO DA
GRAVAÇÃO**



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



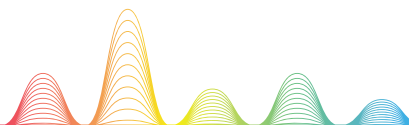
5

SELECIONAR E CONVIDAR PARTICIPANTE(S)

Esta etapa deve ser considerada apenas em caso de entrevista, roda de conversa ou formatos semelhantes que tenham participação de convidado.

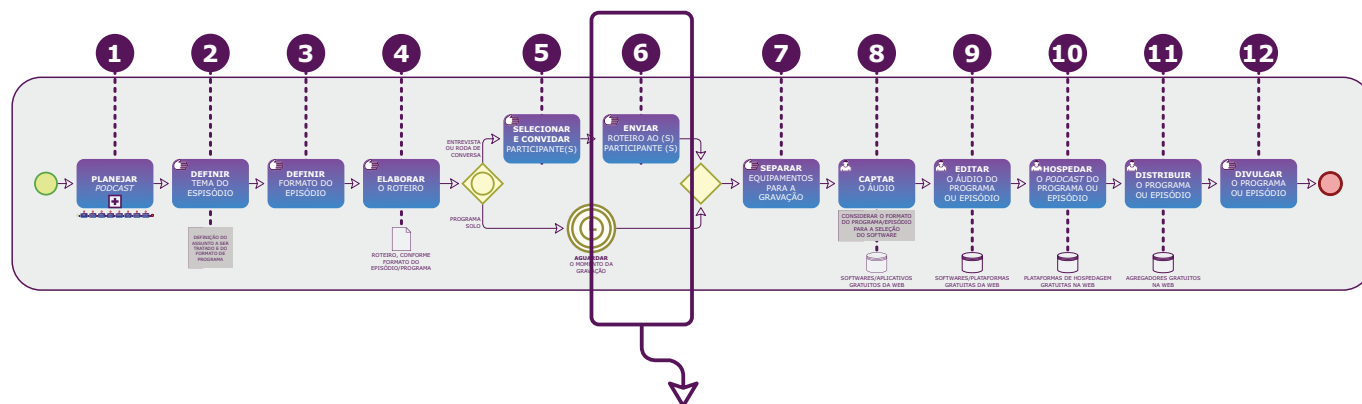
Convidar pessoas para uma entrevista ou roda de conversa enriquece o programa por agregar novos conteúdos e ideias. Esta troca beneficia as duas partes porque deixa o episódio mais dinâmico e fluido, sendo vantajoso para o programa e para o convidado, pois também divulga o trabalho ou ação da área de atuação do participante.

Sugere-se fazer um levantamento das pessoas que podem falar sobre o assunto para ter uma outra opção, em caso de impedimento de algum profissional. A vantagem do *podcast* é que o convidado pode estar em outra cidade, estado ou país, pois pode ser gravado à distância com boa captação de áudio. Para isto basta ter uma boa conexão de internet, tanto do apresentador, quanto do convidado.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



6

**ENVIAR
ROTEIRO AO (S)
PARTICIPANTE (S)**

Assim como a etapa anterior, o envio de pauta deve ser considerado apenas em caso de formatos de *podcast* que possuam convidados.

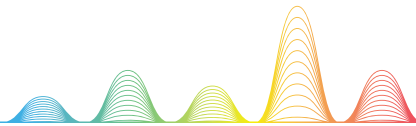
A pauta é imprescindível para direcionar o participante sobre o conteúdo que o *podcast* abordará e para que ele não seja surpreendido com alguma pergunta que não saiba responder prontamente.

É importante passar ao participante as orientações básicas para a gravação, no intuito de obter um episódio com melhor qualidade de som e de conteúdo, após a edição.

Seguem algumas sugestões para a orientação:

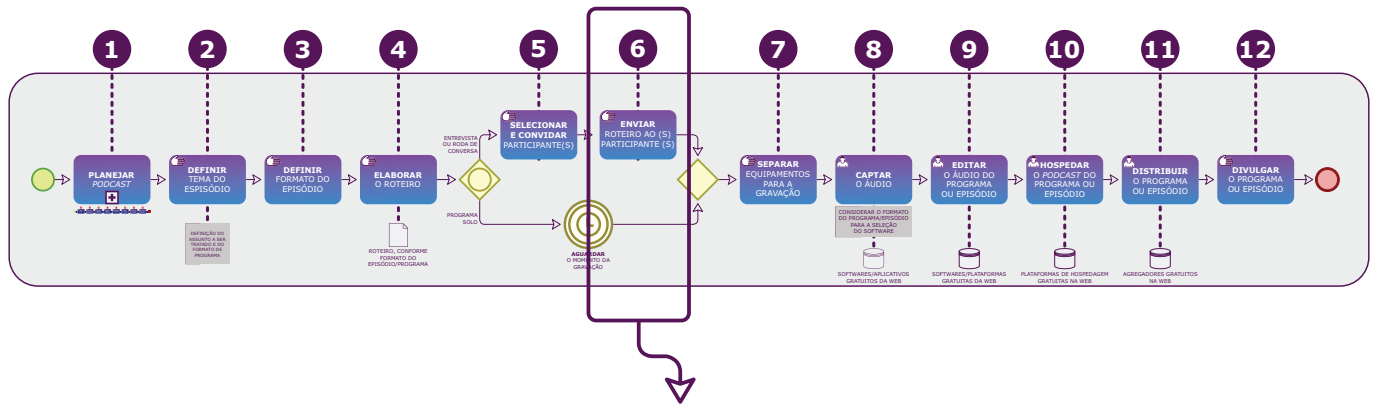
a) Indicar o tempo médio das falas ou respostas para que não fique extenso demais e ultrapasse o tempo médio dos episódios do programa;

b) Em caso de gravação remoto, pedir ao participante, se possível,



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção



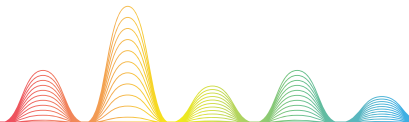
6

ENVIAR ROTEIRO AO (S) PARTICIPANTE (S)

que grave no ambiente mais silencioso possível e sem muitos ruídos de fundo;

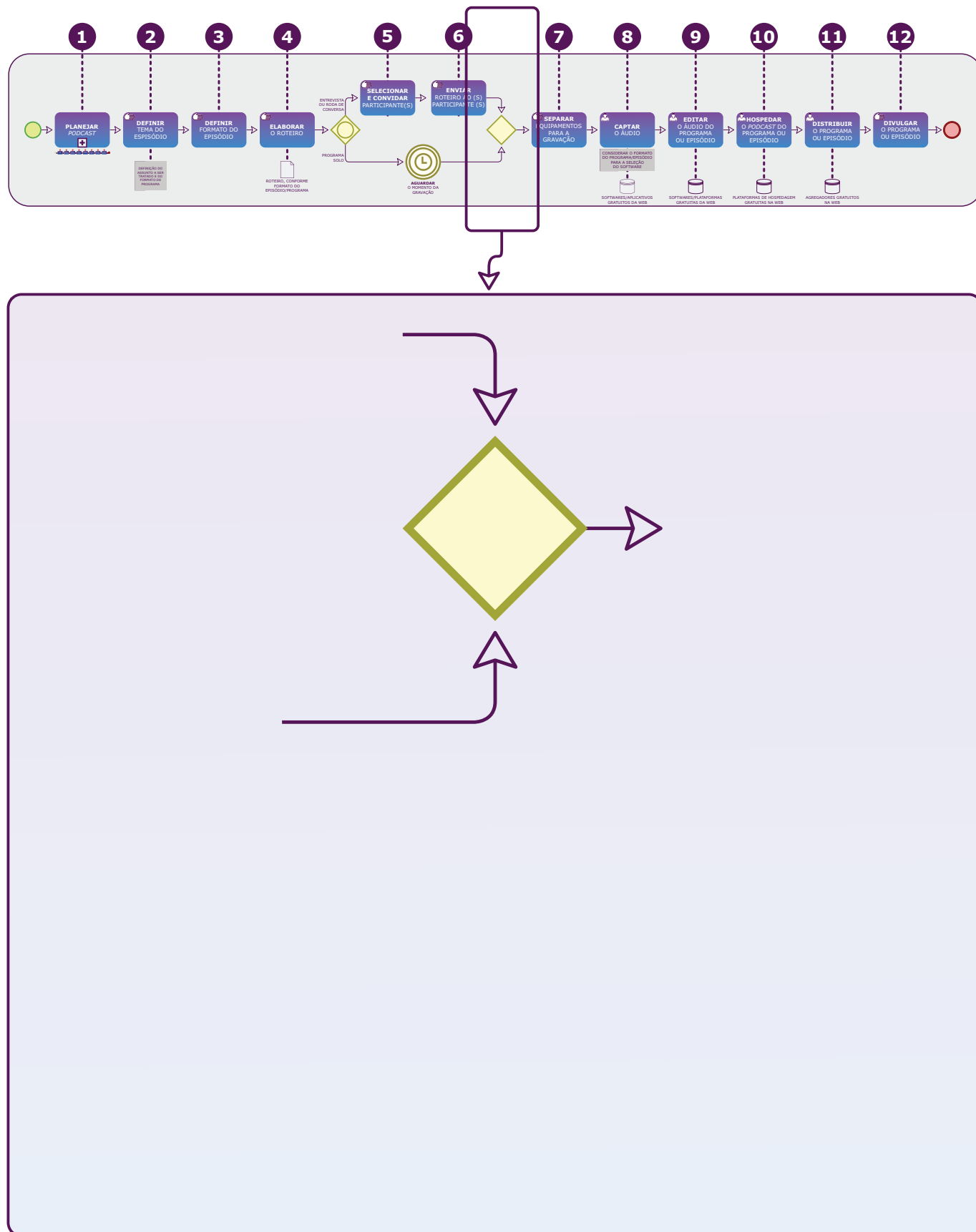
c) Recomendar também o uso de fone com microfone, se for viável (fones comuns de celular que tenham microfone embutido);

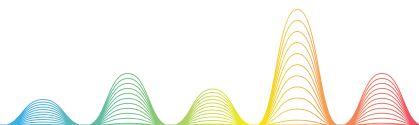
d) Em caso de erro na fala, o oriente a fazer uma pausa, respirar e voltar do ponto que errou.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSEERH

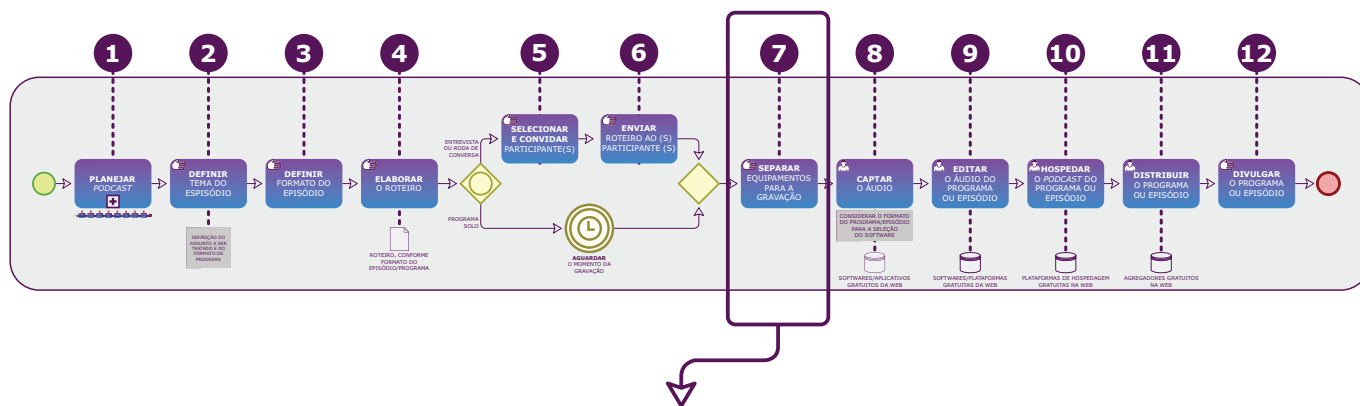
Mapa do Processo de Produção





MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



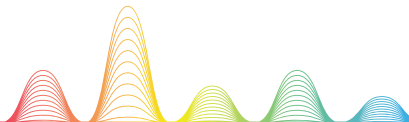
7

SEPARAR EQUIPAMENTOS PARA A GRAVAÇÃO

É pertinente relembrar a característica básica de um *podcast* que é a simplicidade e o custo baixo para a produção. Deste modo, é necessário apenas um microfone (de preferência um headset) e um computador ou celular conectado à internet, além dos *softwares* e aplicativos gratuitos mencionados ao longo das etapas deste manual.

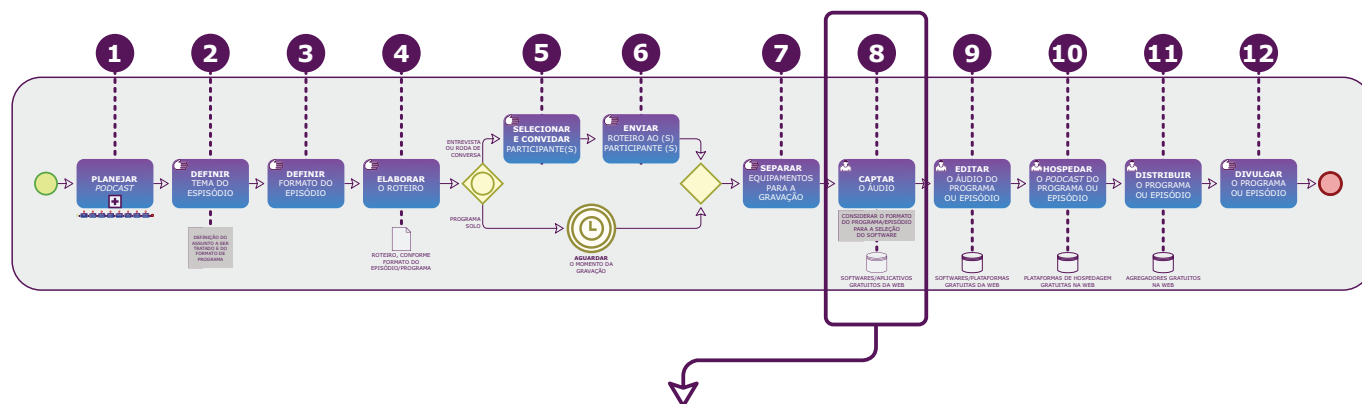
A Escola do *Podcast*, em material disponibilizado por e-mail (lista de transmissão), diz que quanto mais simplificar, mais fácil é gravar, o que tende a regularizar o programa e, conseqüentemente, aumentar a audiência.

No entanto, ressalta-se que simples não é sem qualidade, pois para a produção de *podcast* é possível ter qualidade mesmo na simplicidade.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



8

CONSIDERAR O FORMATO DO PROGRAMA/EPISÓDIO PARA A SELEÇÃO DO SOFTWARE

CAPTAR O ÁUDIO

SOFTWARES/APLICATIVOS GRATUITOS DA WEB

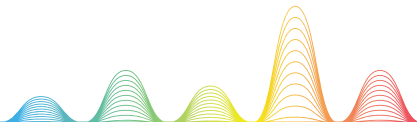
É possível gravar o áudio pelo celular ou pelo computador.

Para gravações pelo computador será necessário algum *software* de captação de áudio e existem várias opções gratuitas na internet. O *Audacity* e o *Anchor* são os mais mencionados tanto para a gravação, quanto para a edição por serem plataformas intuitivas e mais fáceis de utilizar.

Os *notebooks* mais atuais possuem gravadores que captam o áudio com qualidade, por isto também é possível gravar pelo aplicativo do computador para depois migrar para um dos *softwares* de edição.

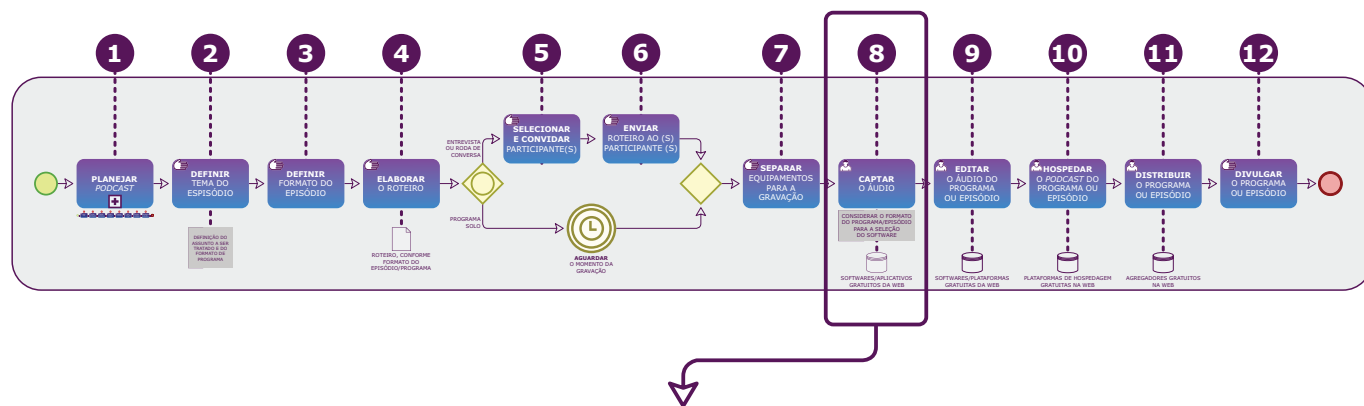
As gravações pelo celular podem ser feitas pelo gravador nativo do aparelho ou pelo aplicativo gratuito do *Anchor*.

Para gravações remoto, sugere-se o uso do *Microsoft Teams* que é a plataforma utilizada na instituição e tem boa captação de áudio. No entanto, se não for possível, existem outras opções gratuitas na internet como o *Zoom*, *Google Meet*, *Skype*, *Zencast*, entre várias outras opções.




MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção




8



CAPTAR O ÁUDIO

CONSIDERAR O FORMATO DO PROGRAMA/EPISÓDIO PARA A SELEÇÃO DO SOFTWARE



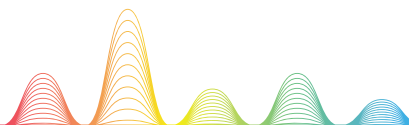
SOFTWARES/APLICATIVOS GRATUITOS DA WEB

Em relação ao microfone, mantenha-se perto dele para que capte menos ruídos do ambiente. É recomendada à distância de quatro dedos entre a boca e o equipamento. No entanto, as especificações do manual do microfone escolhido indicam a melhor distância para cada aparelho.

Os formatos dos arquivos são indicados nos softwares, mas há uma recomendação geral sobre as configurações para a qualidade do áudio que são:

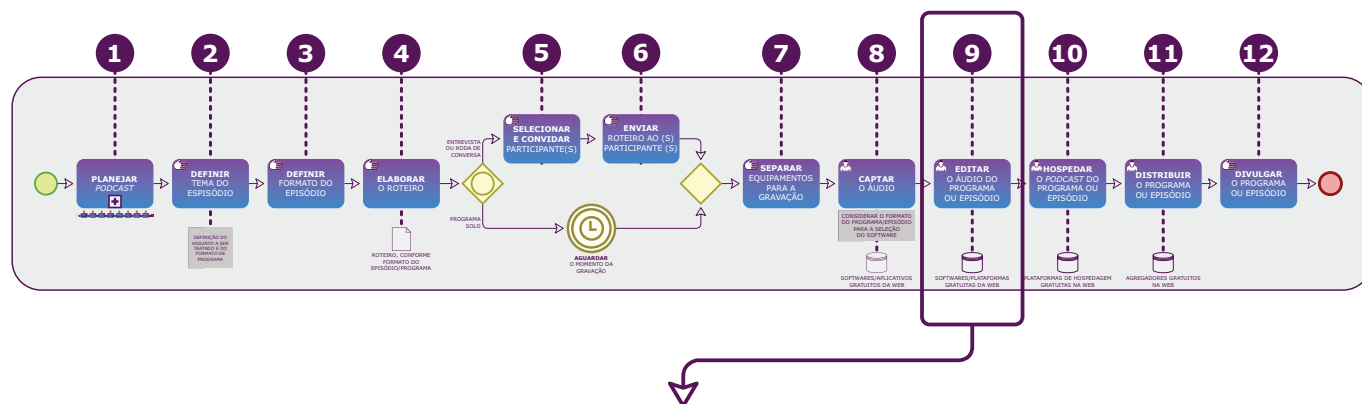
- a) Gravação: Formato .WAV, 44100Hz, 16 bits
- b) Postagem no servidor: Formato MP3, 96Kbps, 44100Hz, estéreo, 16 bits.

Para facilitar o uso dos softwares é possível encontrar bons tutoriais na internet com uma busca simples.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



9



EDITAR O ÁUDIO DO PROGRAMA OU EPISÓDIO



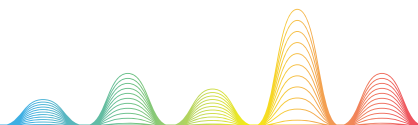
SOFTWARES/PLATAFORMAS
GRATUITAS DA WEB

Assim como para a gravação é possível editar o material por *softwares* gratuitos disponíveis na *web*. O *Audacity* e o *Anchor* também são os mais mencionados, mas existem outras opções gratuitas.

É importante converter o formato do arquivo, de acordo com o requisito da plataforma a ser utilizada e manter o *backup* do arquivo original para caso de erros ou perdas na edição.

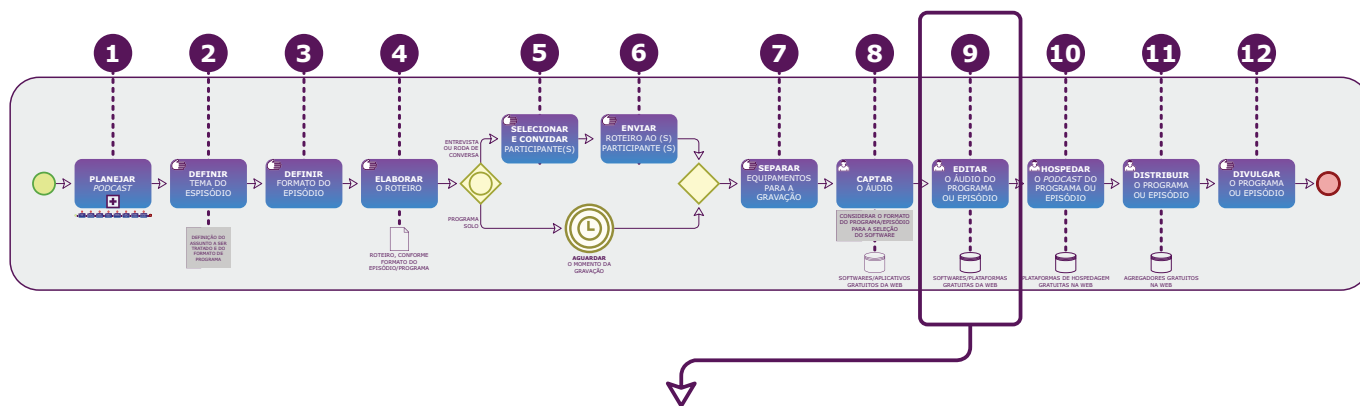
De acordo com Renato Bontempo, no livro *Podcast Descomplicado*, é necessário considerar no processo de edição:

- Identidade com a utilização de vinhetas, fechamentos e músicas, pois os efeitos sonoros dão movimento e leveza aos episódios;
- Limpeza com a retirada de silêncios prolongados, respirações marcantes, erros e vícios de linguagem;
- Processamento de voz com a equalização para ajustar graves,



MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSERH

Mapa do Processo de Produção



9

EDITAR O ÁUDIO DO PROGRAMA OU EPISÓDIO

SOFTWARES/PLATAFORMAS GRATUITAS DA WEB

médios e agudos, além do *De-essing* que é a redução do sibilar da pronúncia do "s", se possível;

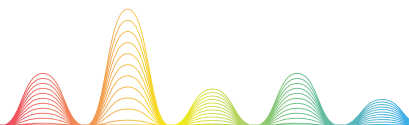
d) *Noise reduction* com a remoção de ruídos;

e) Compressão com o controle automático de volume das partes mais fortes da faixa de áudio para deixar o som constante;

f) Normalização que é aumentar o volume de toda a faixa de áudio igualmente.

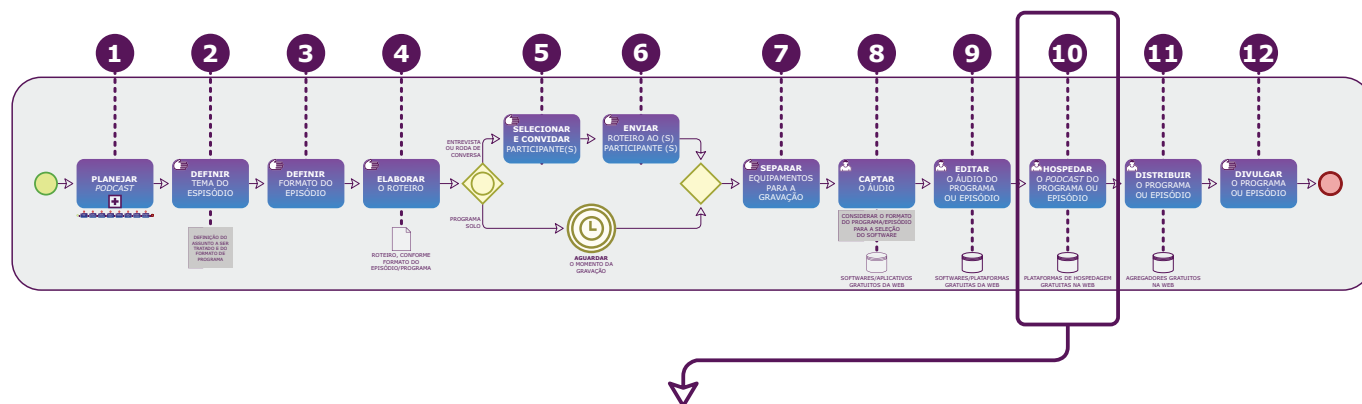
Cada *software* de edição tem uma maneira de proceder para realizar as recomendações acima e podem ser compreendidas em tutoriais disponíveis na internet (BONTEMPO,2020).

Em relação as músicas, também é possível encontrar gratuitamente. É importante verificar o tipo de permissão para não ter problema com direitos autorais.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção



10



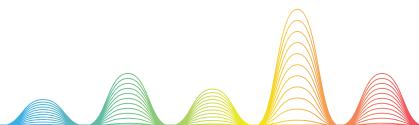
HOSPEDAR O *PODCAST* DO PROGRAMA OU EPISÓDIO



PLATAFORMAS DE HOSPEDAGEM
GRATUITAS NA WEB

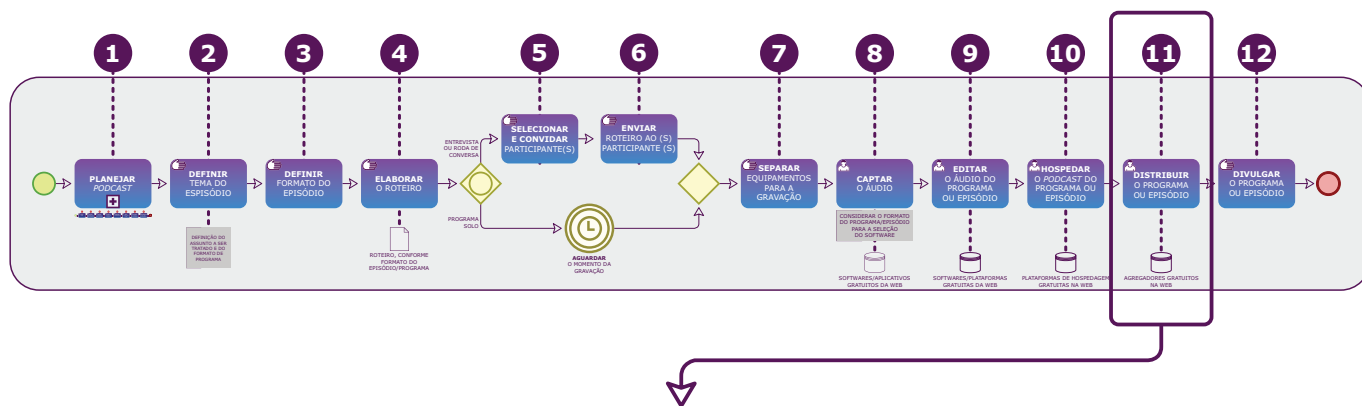
Como providenciar site para hospedagem de arquivos em áudio faz parte das atividades de planejamento de produção de *podcast*, a etapa em tela está descrita e explicada no item 1.8 da primeira parte deste manual.

Cabe destacar que a cada episódio produzido é necessário realizar o armazenamento no servidor de hospedagem (geradores de *feed RSS*) para que as plataformas agregadoras redirecionem ao provedor. Há também a opção de hospedar, à medida que as produções forem finalizadas, somente no site (portal) para ser consumido por *player* de áudio.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE *PODCAST* DA REDE EBSEERH

Mapa do Processo de Produção

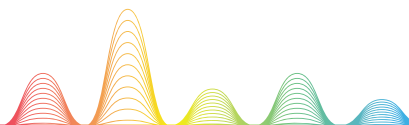


11


**DISTRIBUIR
O PROGRAMA
OU EPISÓDIO**

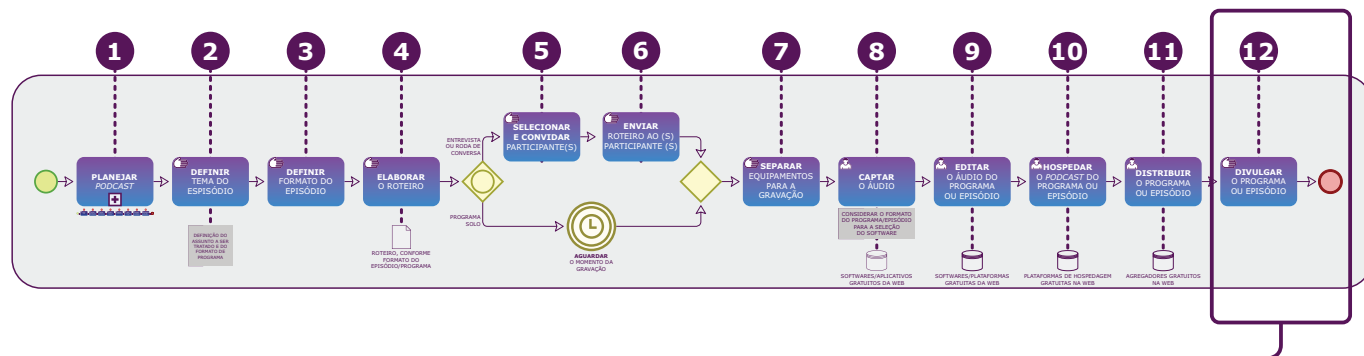


Distribuir o *podcast* é cadastrar o programa nos agregadores para submeter o *feed RSS* às plataformas de *streaming*. Há servidores de hospedagem que distribuem automaticamente, mas também podem ser feitos manualmente. Este cadastro é realizado apenas uma vez e para cada plataforma agregadora há uma condução.



MANUAL DE PRODUÇÃO DE PODCAST DA REDE EBSEH

Mapa do Processo de Produção



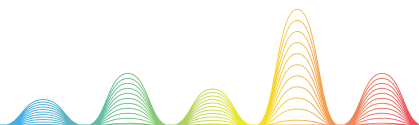
12

☞

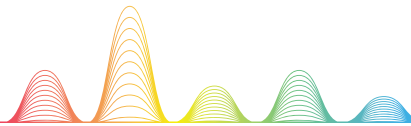
**DIVULGAR
O PROGRAMA
OU EPISÓDIO**

➔

A divulgação pode ser realizada pelos outros canais de comunicação existentes na instituição.



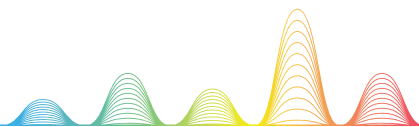
MANUAL DE PRODUÇÃO DE MÍDIA DIGITAL EM FORMATO PODCAST COMO ESTRATÉGIA DE FORTALECIMENTO DA COMUNICAÇÃO INTERNA DA REDE EBSEH



CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por meio das etapas descritas neste manual foram produzidos e publicados, pela autora, episódios pilotos que corroboraram a eficácia do método. Além de ratificar a metodologia, comprovou-se o baixo custo para a produção da mídia, bem como a simplicidade nos aspectos práticos.

No entanto, destaca-se que apesar da criação da mídia ser simples é imprescindível um mínimo de critério e capacidade técnica, tanto para a produção do conteúdo, quanto para o cumprimento das etapas dispostas neste instrutivo para garantir a qualidade da informação e do áudio, considerando que serão produções institucionais.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALAGOA, MANUELA; ALTURAS, BRAULIO. PODCASTS NA COMUNICAÇÃO DAS UNIVERSIDADES. Proceedings of the 5th Global Management Conference, 2013, Global Academic Network & ISCTE-IUL, Lisboa, Portugal, MAIO 2013. Disponível em: <https://repositorio.iscte-iul.pt/handle/10071/4927>. Acesso em: 21 nov. 2020.

AMARAL, Luis. O USO DE PODCAST COMO FERRAMENTA NA EDUCAÇÃO: CRIAÇÃO DO PODCAST CONVERSA DE CORREDOR NA ESCOLA SENAC FRANCA. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Mídias na Educação) - Universidade Federal de São João Del-Rei, [S. l.], 2019.

ASSOCIATION OF BUSSINESS PROCESS MANAGEMENT PROFESSIONALS - ABPMP. Guia para o Gerenciamento de Processos de Negócio: Corpo Comum de Conhecimento. [S.l], 2009.

BIZAGI modeler. [S. l.], 6 jul. 2021. Disponível em: <https://www.bizagi.com/pt/modelagem-de-processos>. Acesso em: 5 fev. 2021.

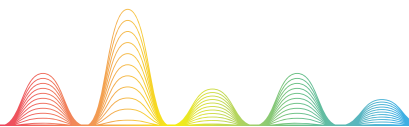
BONTEMPO, Renato. Podcast Descomplicado: Crie podcasts impossíveis de serem ignorados. Bicho de Goiaba. Edição do Kindle.

BRAGA, K. M. de M. C. Podcast: utilização da mídia como instrumento na educação formal. RECITE - Revista Carioca de Ciência, Tecnologia e Educação, Rio de Janeiro, v. 3, n. 1, 2018. Disponível em: <https://recite.unicarioca.edu.br/rccte/index.php/rccte/article/view/32>. Acesso em: 03 jul. 2021.

CONHEÇA a "Experiência da Linguagem Simples" no Governo do Estado do Ceará. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://www.ceara.gov.br/2020/08/25/conheca-a-experiencia-da-linguagem-simples-no-governo-do-estado-do-ceara/>. Acesso em: 18 jun. 2021.

EMPRESA BRASILEIRA DE SERVIÇOS HOSPITALARES (Brasil). 20/10/2020. Missão, Visão, Valores. <https://www.gov.br/ebserh/pt-br/hospitais-universitarios/regiao-nordeste/hu-ufs/governanca/gestao-estrategica/missao-visao-e-valores>. Acesso em 29/10/2020

EMPRESA BRASILEIRA DE SERVIÇOS HOSPITALARES (Brasil). 26/05/2021. Institucional. Disponível em: <https://www.gov.br/ebserh/pt-br/aceso-a->



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

[informacao/institucional. Acesso: 29/05/2021](#)

ESPANHA, Rita. O VALOR DA COMUNICAÇÃO EM GESTÃO PÚBLICA: UM EXEMPLO APLICADO À ÁREA DE SAÚDE PÚBLICA. Comunicação estratégica e integrada, São Paulo, 2020. E-book.

FREIRE, EUGÊNIO PACCELLI AGUIAR. Conceito educativo de podcast: um olhar para além do foco técnico. EFT, [s. l.], Jul 2013. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/230518136.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2021.

FREIRE, Eugênio Paccelli Aguiar. Aprofundamento de uma estratégia de classificação para podcasts na educação. Revista Linhas, [s. l.], set 2015. Disponível em: https://repositorio.ufrn.br/bitstream/123456789/22317/1/AprofundamentoEstrat%C3%A9giaClassifica%C3%A7%C3%A3oPodcasts_2015.pdf. Acesso em: 10 abr. 2021.

FERREIRA, Jamila et al. Dinâmica da difusão de inovações no contexto brasileiro. Rev. Bras. Inov, [s. l.], jun 2018. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rbi/article/view/8650852/17922>. Acesso em: 30 jun. 2021.

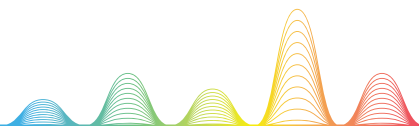
GUIA para produzir e lançar um podcast. [S. l.], 6 jul. 2021. Disponível em: https://escoladopodcast.com/edp/e-book/e-book-s/?op3_vid=2617. Acesso em: 5 fev. 2021.

KUNSCH, M. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada: 4ª ed: São Paulo: Summus Editorial, 2003.

LEARN more about podcast. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://www.thepodcasthost.com/>. Acesso em: 2 jul. 2021.

O PERFIL da audiência de podcasts no Brasil. [S. l.], 23 out. 2018. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2018/10/23/o-perfil-da-audiencia-de-podcasts-no-brasil.html>. Acesso em: 2 jul. 2021.

PODCAST Time Spent Listening Revisited. [S. l.], Jun 2019. Disponível em: <https://www.bridgeratings.com/podcasting-time-spent-listening>. Acesso em: 4 jul. 2021.



REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

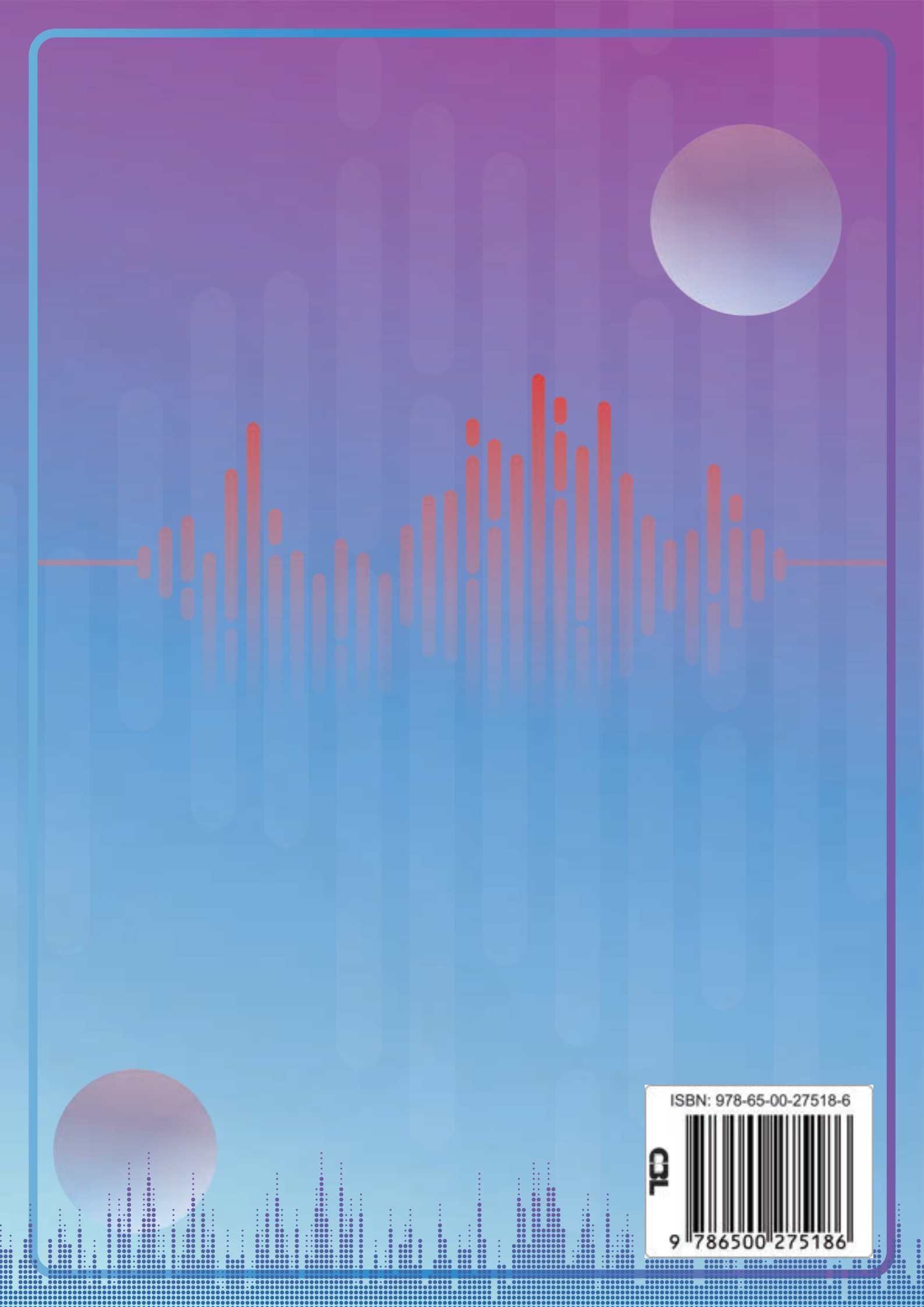
SISTEMA de Gestão de Pessoas da Ebserh – Mentorh. [S. l.], 18 jun. 2021. Disponível em: <https://sigp.ebserh.gov.br/csp/ebserh/portal/novo/index.csp>. Acesso em: 18 jun. 2021.

RHODIA S.A. Plano de Comunicação Social. São Paulo: 1985

VAN HAANDEL, Johan Cavalcanti. Formatos emergentes de criação e distribuição de áudio online: A construção do webcasting sonoro. São Paulo, 2009. 165p. Dissertação. (Mestrado em comunicação e semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo.

18º ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISADORES EM JORNALISMO, 2020, Online. O boom de podcasts universitários durante a pandemia de coronavírus no Brasil [...]. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2020/paper/viewFile/2875/1283>. Acesso em: 1 jul. 2021.

III SEMINÁRIO DE EDUCAÇÃO A DISTÂNCIA, 2020, Brasília - DF. PODCAST NA ESCOLA: MAIS UM RECURSO TECNOLÓGICO OU ESPAÇO DE PRODUÇÃO DE CONTEÚDO? [...]. [S. l.: s. n.], 2020. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/seadco/article/view/14694/14539>. Acesso em: 9 jul. 2021.



ISBN: 978-65-00-27518-6

CDL



9 786500 275186