



PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

**MERCADO ERÓTICO: CONSTRUÇÃO DE UM PODCAST  
SOBRE SEXUALIDADE FEMININA PARA A MARCA PURO  
PRAZER**

GABRIELLA FERREIRA DE CASTRO

GOIÂNIA  
2022

GABRIELLA FERREIRA DE CASTRO

**MERCADO ERÓTICO: CONSTRUÇÃO DE UM PODCAST  
SOBRE SEXUALIDADE FEMININA PARA A MARCA PURO  
PRAZER**

Trabalho elaborado para fins de avaliação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso I, do curso de Comunicação Social - Habilitação em publicidade e propaganda, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, sob a orientação da professora: Mariana Capeletti Calaça.

GOIÂNIA

2022

GABRIELLA FERREIRA DE CASTRO

**MERCADO ERÓTICO: CONSTRUÇÃO DE UM PODCAST  
SOBRE SEXUALIDADE FEMININA PARA A MARCA PURO  
PRAZER**

Trabalho elaborado para fins de avaliação na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso I, do curso de Comunicação Social - Habilitação em publicidade e propaganda, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, sob a orientação da professora: Mariana Capeletti Calaça.

Goiânia, 04 de Junho 2022.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Marina Capeletti Calaça

---

Prof. Luciana Ferreira Serenine Padro

---

Prof. Murilo

## RESUMO

Busca a finalidade de produzir um podcast para uma marca de sex shop, este trabalho propõe mostrar como a importância de um novo conteúdo para levar este assunto como um dos mais relevantes para o público feminino do perfil da marca. Para essa produção iremos fazer gravações sobre assuntos do lado da sexualidade feminina.

**Palavras-chaves:** podcast; sex shop; sexualidade feminina;

## **ABSTRACT**

In order to produce a podcast for a sex shop brand, this work proposes to show how the importance of new content can bring relevant issues to the female audience of the brand's profile. For this production, we will be making recordings on issues on the side of female sexuality.

**Keywords:** podcast; sex shop; female sexuality;

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO – APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA</b>	<b>08</b>
<b>1.1</b>	<b>– Problema de Comunicação a ser solucionado</b>	<b>11</b>
<b>1.2</b>	<b>– Objetivo do Produto Comunicacional</b>	<b>12</b>
<b>1.3</b>	<b>Justificativa da Proposta</b>	<b>12</b>
<b>2</b>	<b>– EMBASAMENTO CIENTÍFICO</b>	<b>14</b>
<b>2.1</b>	<b>Surgimento do podcast</b>	<b>14</b>
<b>2.2</b>	<b>Cultura da convergência em reação ao Podcast</b>	<b>15</b>
<b>2.3</b>	<b>Como criar um podcast</b>	<b>15</b>
<b>3</b>	<b>– ESTUDO DE VIABILIDADE</b>	<b>18</b>
<b>3.1</b>	<b>Elaboração do processo</b>	<b>18</b>
<b>4</b>	<b>– DESCRIÇÃO DO PROCESSO</b>	<b>21</b>
<b>5</b>	<b>- PROCESSO DE GRAVAÇÃO</b>	<b>24</b>
<b>5.1</b>	<b>Edição dos Áudios</b>	<b>24</b>
<b>5.2</b>	<b>– Hospedagem dos Episódios</b>	<b>26</b>
<b>6</b>	<b>- CONCLUSÃO</b>	<b>28</b>
	<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>30</b>

## 1. INTRODUÇÃO – APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA

O Sex shop é um comércio especializado em produtos eróticos, desde o lubrificante até os famosos vibradores controlados por um celular com várias velocidades. O primeiro Sex shop foi aberto em 1960, por uma empresária alemã chamada Beate Uhse AG. Beate ficou grávida e viúva tudo ao mesmo tempo e precisava de uma renda para se manter, já que teve que deixar de lado sua profissão de piloto por conta do bebê. Ela vendia brinquedos sexuais e ao longo do tempo foi conquistando as clientes e fazendo amizades.

De acordo com Pamella Malva:

Em 1946, Beate escreve um guia matrimonial e vende mais de 32 mil cópias, com isso sua fama aumentou e aproveitando esse crescimento ela resolve então em 1960 em meio a Revolução Sexual criar o Instituto Higiene Conjugal, o primeiro sex shop que logo se tornaria referência no universo erótico. Com essa iniciativa Beate incentivou outros países a ter esse tipo de negócio, como por exemplo, a China, que é considerado um país conservador. (PAMELLA MALVA, 2020, p.1).

De acordo com Livia Machado Já aqui no Brasil a chegada do Sex shop veio na década de 1970, na cidade de São Paulo, e se chamava Complement. Passando o tempo o dono entregou o ponto e vendeu para seu funcionário Daniel que trocou o nome para Dame.

A sexualidade feminina antigamente tinha muita influência da igreja, elas tinham seus desejos abafados para não caírem em tentações como Eva no jardim de éden. Segundo Del Priore (2004), após terem seus desejos domados, as mulheres se tornavam aptas para o matrimônio, sendo que este, por vezes, era com homens bem mais velhos. Na visão da sociedade misógina, a maternidade teria de ser o ápice da vida da mulher. Durante muito tempo o sexo para mulheres era somente como forma de reprodução, não restando a elas outra função.

De acordo com Beltina Baumann:

Em meio a Revolução Sexual, chega o anticoncepcional, sendo assim se quebra algumas regras e as mulheres podem ter relações sexuais sem se preocuparem com gravidez indesejada. (BELTINA BAUMANN, 2018, p.1).

Hoje podemos dizer que melhorou um pouco quando o assunto é sexualidade feminina. É comum ver mulheres ministrando palestras e cursos

sobre assuntos femininos, onde é tratado assuntos de interesse das mulheres, sobre seus corpos, carreira, sexualidade e outros.

O mercado erótico, segundo a Pequenas Empresas e Grandes Negócios,<sup>1</sup> os números de empreendedores que atuam nesse setor triplicou em 2020 em relação a anos anteriores, isso porque as procuras por esses produtos aumentaram bastante depois do início da pandemia.

As lojas físicas tiveram que recorrer as redes sociais para vender seus produtos, já que tiveram que fechar por conta do lockdown. Outra coisa que proprietários dessas lojas tiveram que recorrer para não perder vendas foram as redes sociais e principalmente tiveram que apostar em conteúdos informativos para chamar a atenção dos seguidores, a questão não era só vender e sim chamar a atenção para assuntos relevantes como por exemplo: saúde íntima. Falar desses assuntos ainda é um tabu, pois aspectos religiosos, sociais e culturais ainda continuam intermediando. A proposta do projeto de conclusão de curso tem como objetivo criar um podcast para a marca de Sex Shop Puro Prazer. Com gravações sobre sexualidade feminina, apresentado conteúdos relevantes para as seguidoras do perfil de um jeito interativo e diferente.

A Puro Prazer foi criada em 2019 pela Gabriella Ferreira de Castro, uma universitária que precisava apenas de uma renda extra, e com o incentivo de uma amiga próxima e de familiares decidiu então entrar nesse mercado. Por não conhecer sobre o assunto demorou aparecer nas redes sociais. No começo conquistou clientes como amigas e mulheres da família, e as mesmas indicavam para outras, foi assim que Gabriella teve suas primeiras clientes. Com o tempo foi necessário ir para as redes sociais, para tentar outras clientes que não fossem do meio, mas não deu muito certo no começo, a vergonha atrapalhou bastante na hora de produzir os conteúdos. Aos poucos foi chegando pessoas novas, e a necessidade de falar nas redes foi aumentando, assim começou a aparecer os primeiros conteúdos no Instagram, foi assim também que ela determinou qual seria seu público alvo, onde são mulheres casadas e solteiras com intuito de se conhecer e melhorar suas relações, como também saber cuidar da saúde íntima.

---

<sup>1</sup><https://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2021/03/mercado-erotico-triplica-em-numero-deempreendedores-na-pandemia.html>.

Figura 1: imagem do Instagram do Puro Prazer



Disponível: <https://www.instagram.com/puroprazershopp/>

## 1.1 Problema de comunicação a ser solucionado

A marca Puro Prazer foi criada em 2019, e teve atenção total mesmo no ano de 2020 depois do início da pandemia onde a procura pelos produtos foi muito grande. O perfil tem como público-alvo mulheres, sejam elas casadas ou solteiras. O perfil do Instagram da empresa já preza por trazer conteúdos relevantes para seu público. Para além do Instagram a marca viu a necessidade de se comunicar com as clientes e criar conteúdo por outras plataformas com o intuito de se tornar autoridade e referência na discussão sobre sexualidade feminina, de uma maneira despojada, interativa e divertida.

O podcast está crescendo cada vez mais no meio digital, como uma forma de produzir conteúdo relevante, então por que não trazer esse formato para o portfólio de comunicação do Puro Prazer? Assim, será criado um podcast sobre sexualidade feminina para a marca, onde trataremos sobre vários assuntos no mundo feminino e que também vai contar com presença de pessoas que entendam

do assunto.

A proprietária já produz bastante posts com conteúdo relevante na página, como saúde íntima apresentação de produtos para o prazer feminino e a importância do autoconhecimento. A criação de um podcast para falar de sexualidade feminina é uma proposta de trazer novas consumidoras para o perfil e produzir um conteúdo diferente daquele praticado no Instagram.

## **1.2 Objetivo do produto comunicacional**

Objetivo do produto é que com a criação do podcast sobre sexualidade feminina para a marca Puro Prazer ele possa auxiliar no crescimento da marca, trazendo novas clientes e estreitando mais a relação com as existentes.

## **1.3 Justificativa da proposta**

Com o crescimento do podcast no Brasil, segundo a Associação Brasileira de Podcasters<sup>2</sup> o podcast chegou com força, com 34,6 milhões de ouvintes, ou seja, praticamente 8% da população brasileira. A Associação também divulgou dados através de uma pesquisa de 2019, onde diz que o público masculino lidera o ranking dos ouvintes de podcast.

E um dos assuntos mais pesquisado é sobre a política, por mais que o público feminino seja menor a pesquisa mostra o número bom sobre a categoria feminismo que teve cerca de 699 resposta como um dos assuntos destaques. Os perfis de diferentes nichos do Instagram estão adotando esse novo jeito de se comunicar com seu público, com assuntos relevantes o jeito de se consumir esses conteúdos através de áudio não tem dificuldade, pois eles estão em todos os lugares. Alguns canais como Spotify que inclusive é o maior canal, outros como Deezer e Youtube tem presen forte.

---

<sup>2</sup> Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa-2019/> acesso em: 15/10/2021

Com o crescimento também do mercado erótico, desde o início da pandemia a procura por produtos sensuais teve um aumento muito grande. Segundo um levantamento feito pela Associação Brasileira de Empresas do Mercado Erótico (Abeme) e divulgado em junho, mais de 1 milhão de vibradores foram vendidos em todo o Brasil, desde o início da quarentena. E esse brinquedo é um dos assuntos mais abordado no perfil da marca Puro Prazer, onde enfatizamos sobre o uso do vibrador para o autoconhecimento, e para tentar dar coragem para algumas que ainda sentem vergonha, porém tem aquela vontade de garantir um.

Adotar essa nova forma de comunicação vai servir como um jeito diferente e interativo para chamar atenção das mulheres para temas importantes e que com certeza são do interesse de muitas.

## 2 EMBASAMENTO CIENTÍFICO

### 2.1. Surgimento do podcast

De início é preciso entender o que é um podcast e suas etapas de produção. A etimologia da palavra vem de POD Personal On Demand, que poderíamos traduzir como pessoal sob demanda e CAST vem de broadcast (radiofusão). Rodrigo Estrela de Freitas descreve as origens do podcast em sua pesquisa de mestrado “A hora do Estrela: um podcast LGBTI+ no universo das mídias digitais”.

Segundo sua pesquisa “a expressão podcasting vem da junção do prefixo pod-, oriundo de iPod, com o sufixo -casting, vindo da expressão inglesa broadcasting” (FREITAS, 2006, p. 32), que diz respeito à transmissão pública e massiva de informações que, quando feita através de ondas eletromagnéticas de rádio, também pode ser chamada de radiodifusão (Idem). E complementa, a partir de Primo “podcasting é um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na internet” (PRIMO apud FREITAS, 2006, p.32).

No entanto, segundo Freitas (2020), o podcast não é necessariamente um programa de rádio on-line, ele vai além disso, é uma experiência auditiva ativa em que o ouvinte escolhe o melhor horário para acessar, o ritmo e quanto tempo deseja ouvir, voltar de onde parou e escutar mais de uma vez. O podcast é mais democrático também em sua realização, uma pessoa com um dispositivo capaz de gravar voz consegue produzir o programa sobre o assunto que desejar. Em plataformas como Google Podcast, Deezer e Spotify é possível encontrar podcasts sobre qualquer tipo de assunto como notícias do cotidiano ou questões políticas até histórias infantis (FREITAS, 2020).

3 Um estudo realizado pela Globo, em parceria com o Ibope, revelou novos dados sobre o segmento de podcasts no Brasil. Segundo a pesquisa, 57% dos entrevistados começaram a ouvir programas em áudio digital durante a pandemia, o que faz com que o país já ocupe o quinto lugar no ranking mundial dos que tiveram um crescimento mais acelerado deste meio de comunicação.

<sup>3</sup> <https://extra.globo.com/economia/pandemia-provoca-aceleracao-do-consumo-de-podcasts-no-brasil-revela-pesquisa-25120095.html>

O interesse das pessoas era por vários motivos, alguns pelo conteúdo ou até para conhecer esse novo formato que todo mundo anda falando.

## **2.2 Cultura da convergência em reação ao Podcast**

O podcast e o rádio têm uma relação muito grande, é basicamente uma inovação, o rádio nunca vai ser esquecido. Como diz Henry Jenkins, que as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis (JENKINS, 2009).

O autor fala sobre três pilares da cultura da convergência: a convergência dos meios em si, a cultura participativa e a inteligência coletiva. Na convergência ele cita sobre o novo público que vai atrás de novas plataformas em busca de conteúdo para ter outras experiências. Pelo lado da convergência podemos dizer que o podcast tem elementos ligados ao rádio, que passou por muitas mudanças tecnológicas, hoje conta com estações na internet, e alternativas como o podcast.

A cultura participativa ocorre com a circulação de conteúdo, em diferentes mídias, sendo assim precisa da participação dos consumidores. (JENKINS, 2009). A inteligência coletiva, diz que a oferta de conteúdo em múltiplas plataformas e o processo de produção de notícias no rádio se reconfiguraram. A produção e o consumo de conteúdo radiofônico em tempos de convergência levam à discussão sobre o que seria o rádio atualmente, e até mesmo um consenso sobre isso não é pacífico (FERRARETTO, 2014).

## **2.3 Como Criar um Podcast**

Para começar a produzir um podcast precisa ter estratégia e planejamento. Primeiro de tudo precisa-se de um tema, pesquisa sobre o nicho e ver se aquilo vai fazer com que a persona tenha interesse. A escolha do tipo que vai ser seu podcast também é um passo importante para a criação. Segue abaixo as características de um podcast

a) Forma de distribuição: Pensando no podcast como uma mídia 100% digital, temos o ambiente online como exclusivo canal para distribuição.

b) Facilidade de produção: Gravação, edição e publicação são as etapas básicas da produção de um podcast. Alguns autores defendem que um microfone, um software de edição e uma plataforma para hospedar arquivos são suficientes para criar um podcast. Na verdade, desconsiderando questões relacionadas à qualidade de áudio, com um celular já é possível cumprir todas as etapas, já que os aparelhos possuem microfone e aplicativos de captação, edição e disponibilização de arquivos. Dessa forma, a facilidade é tanta que “viabiliza uma produção independente de alcance global” (PRIMO, 2005, p. 1);

c) Diante da possibilidade de se criar a partir de um celular, por exemplo, o formato e o tamanho do arquivo serão compatíveis às exigências do padrão para consumo em massa. O mais comum são episódios nos formatos .MP3, .WMA e .OGG;

d) Disponibilidade e acessibilidade: trata-se da possibilidade de armazenamento dos conteúdos para consumo atemporal. Uma vez publicados, estes ficam dispostos em seus feeds, inclusive com outros materiais de apoio de formatos diferentes do podcast;

e) Segmentação: Por ter uma característica de produção independente, é comum que o podcast seja uma mídia para grupos segmentados. De acordo com Primo (2005), o podcast é voltado para públicos específicos, podendo tanto ser explorado como mídia de nicho quanto como um micro mídia;

f) Visualidade: por estar disponível em sites, blogs e aplicativos, costuma-se pensar visualmente no ambiente em que os arquivos estão exibidos. Nos sites/blogs é comum ter um design próprio para facilitar a busca dos episódios e do material que pode vir a complementar o arquivo em áudio. O objetivo é facilitar o consumo, bem como vender, de forma atrativa, tanto os novos quanto os antigos episódios. Com isso, percebe-se uma preocupação com a chamada experiência do usuário nesses ambientes;

g) Interatividade: pela característica não linear do ambiente de consumo de podcast são comuns elementos de interação, como hipertexto e multimídia. Inclusive, é comum, também, que os podcasts utilizem as redes sociais para interagir com seu público e até mesmo para transmitir as gravações.

Depois é preciso definir a estrutura do podcast, quanto tempo de duração, como vai ser a abertura, como vai ser o roteiro dos conteúdos a serem gravados e o formato do podcast. Para finalizar é preciso decidir o formato do podcast, Bontempo (2020) classifica em seis tipos:

1. Podcast solo: exige maior conhecimento do autor sobre o assunto que será discutido pois ele apresentará sozinho, é importante pensar o texto, a duração e a edição para que não fique monótono e consequentemente desinteressante;

2. Podcast de entrevistas: um clássico no mundo dos podcasts, os programas de entrevistas possuem uma estrutura simples, com um entrevistador e um convidado a cada episódio. Eles dão ao público a chance de serem apresentados a muitas pessoas interessantes dentro de um segmento e aprenderem com seus conhecimentos;

3. Bate-papo ou mesa-redonda: neste formato três pessoas ou mais conversam sobre um assunto pré-definido. Normalmente, há pelo menos um anfitrião regular, se não dois ou três. O restante da mesa é composto por convidados que são especialistas no assunto em questão. O anfitrião irá direcionar a conversa, fazendo perguntas e orientando o tema.
4. *Storytelling* não ficcional: são podcasts que relatam histórias do mundo ao nosso redor. Elas podem ser incríveis, como a investigação de crimes, ou casos do nosso dia a dia que possam ser contados de uma forma que agrade ao público. Nesse formato cabem histórias de vida pessoal, de viagens ou quaisquer outras da vida real ou até mesmo eventos históricos. Exige um roteiro bem elaborado, pesquisa e muita preparação, porém, é um formato em que há muita liberdade para ser criativo com o roteiro, edição e produção e é um formato que gera bastante engajamento pelo público.
5. *Storytelling* ficcional ou *podcast theatre*: são histórias fictícias contadas em episódios como uma novela ou série. Assim como o formato *storytelling* não ficcional, requer uma produção mais complexa, envolvendo dubladores, roteiros elaborados e uma edição cheia de efeitos sonoros para adicionar clima ao enredo, seria pensando no rádio o mais próximo das radionovelas;
6. Podcast de notícias e análises: geralmente são podcasts diários envolvendo um ou mais anfitriões que são como âncoras nos telejornais, eles comentam um resumo de notícias sobre um tema específico, sendo os mais comuns: tecnologia, filmes, esportes etc. Jornais e conglomerados de mídia têm seus próprios podcasts de notícias, sendo esse um jeito de aproveitar a audiência já consolidada para levar as notícias diárias usando o podcast.

Seguindo com o planejamento é o momento de roteirizar os episódios, é preciso esquematizar antes de conectar o microfone ao computador ou celular e começar a gravar, o roteiro auxilia para que não se fuja do assunto ou se esqueça tópicos importantes sobre o tema, ele pode ter um formato fechado em que será lida palavra por palavra estilo um teleprompter lido por apresentadores de jornal ou pode ser mais aberto em formato de tópicos. Em seguida é necessário estruturar o que será discutido, Bontempo (2020) apresenta um formato que se assemelha muito a narrativa cinematográfica comercial e é dividido nas seguintes etapas:

1. Introdução: é o momento de convencer o ouvinte a escutar o podcast, é preciso ser rápido e direto apresentando sobre o que se vai abordar e por que é interessante dar continuidade na escuta. Quando se tem um convidado é o momento de apresentá-lo e mostrar sua relevância na discussão.
2. Ato I: No cinema é utilizado para apresentar os personagens e dar início à trama, aqui no podcast usaremos o primeiro ato para começar a aprofundar no assunto do episódio, definir os primeiros

conceitos, fazer as primeiras perguntas ao entrevistado que apresente um contexto geral do tema.

3. Ato II: Esse ato deve ser construído de maneira que mantenha o interesse da audiência e prepare terreno para o final. Aqui é a hora de aprofundar no assunto, trazer à tona os principais fatos para o debate. Questionar o entrevistado com perguntas que definam sua posição sobre o tema.

4. Ato III: Ainda fazendo um paralelo com o cinema, o Ato III deve ser curto, é no final que praticamente todos os conflitos mostrados na história devem alcançar um desfecho. Para o podcast é a hora de concluir, deixar claro a posição de todos sobre o tema.

5. Outro/Final: Encerramento rápido com uma conclusão, é feita uma análise de como o conteúdo do episódio pode impactar o ouvinte. Caso tenha convidado, mostra-se para a audiência a melhor forma de encontrá-lo como por e-mail, redes sociais, site etc. Nesse momento acontece o *call to action*, momento em que se pede para que o ouvinte faça uma ação que pode ser assinar o podcast, visitar o site ou comentar nas redes sociais. Para finalizar, caso já tenha o assunto do próximo episódio, é interessante fazer um *teaser*, que é um adiantamento daquilo que acontecerá, aguçando a curiosidade de quem acompanha o podcast.

### 3 ESTUDO DE VIABILIDADE

#### 3.1 Elaboração do Processo

A elaboração vai seguir a metodologia de Bruno Munari, no livro *Das coisas nascem coisas* (2008) ele fala sobre como deve ser a elaboração desse processo, que são divididas em algumas etapas, são elas:

1- **Problema e definições do problema:** neste ponto ele afirma que existe um problema maior e outro mais específico que surge do primeiro, é importante trabalhar bem essa definição para compreender quais são os limites do projeto. Neste trabalho o desafio é encontrar um mecanismo para divulgar a marca com conteúdo relevantes para o público e saindo do formato de apenas postagens no feed.

2- **Decompor o problema:** Bruno Munari vai apontar a necessidade de questionar o problema e identificar as fragilidades que precisarão ser corrigidas ou solucionadas com o produto, segundo o autor decompor o problema facilita visualizar qual caminho será seguido. Essa decomposição pode ser realizada através de perguntas a serem respondidas com o projeto. Quais informações sobre arte e mulheres abordar? Como fomentar a discussão de forma factível e sem custos? Como criar um produto acessível? Como será utilizado pelos professores ou interessados? Criação do podcast com o formato de entrevista e o individual, terá presença de convidados que entendem do tema proposto e o tempo de gravação será de no máximo 30 min.

3- **Coletar dados:** para entender os elementos que construirão o projeto ou os possíveis formatos de podcast é preciso realizar análise de similares. A coleta de dados aqui não remete ao conteúdo que será abordado, mas sim a materiais similares que existem e que podem servir de referência ou inspiração. Para isso foi criada uma tabela comparativa com alguns presentes na plataforma Spotify. Abaixo foi feita uma tabela

mostrando alguns modelos de podcast.

<b>Nome</b>	<b>Duração</b>	<b>Sobre</b>	<b>Pontos positivos, e negativos</b>
Não inviabilize	15 a 20 min	Espaço de contos e histórias reais e diferentes	Ponto positivo é a duração, segue um tempo que não perde o foco do ouvinte é um tempo que consegue prender a atenção
PodDelas	Mais de uma hora de gravação	É exclusivo para o público feminino, as convidadas vão e falam sobre suas vidas ou algum assunto que envolve as mesmas e que está bombando no meio da internet	O tempo de duração muito longo, talvez consiga manter uns 50% de ouvintes durante a gravação toda
Pé rachado Podcast	Entre 1 hora e 2 horas de gravações	Um bate papo com pessoas de Cuiabá MT, entre os convidados estão cantores, musas, empresários	O tempo de gravação muito longo
Flow Podcast	Mais de 2 horas e gravação	Especialista em sexualidade Cátia Damasceno fala sobre sexo e relacionamento	Especialista em sexualidade Cátia Damasceno fala sobre sexo e relacionamento muito tempo, ou fosse dividido em episódios

- 4- **Análise de dados:** Munari desenvolve análises a partir do seguinte pressuposto: todas as ideias nascem, por assim dizer, de objetos e de conhecimentos pré-existentes na trajetória humana. Aqui em uma análise feitas com alguns Podcasters, podemos analisar os formatos, tempo de duração e as mais importantes notar os pontos positivos e negativos de cada um

## 4 DESCRIÇÃO DO PROCESSO

Para a gravação dos episódios foram feitos três roteiros para ter um direcionamento na hora da gravação e para a gravação de dois episódios utilizei o estúdio de rádio da PUC, onde eu tive equipamentos necessários para ter uma gravação boa. O terceiro episódio foi gravado através da plataforma Teams, pois as convidadas não poderiam aparecer no estúdio da PUC.

Roteiro Pod das Cerejas Marca:

Puro Prazer Episodio 1:

Pompoarismo

Olá, meu nome é Gabriella e hoje é com maior prazer que apresento para vocês o Pod das cerejas do sex shop Puro Prazer, desenvolvido no meu trabalho de conclusão de curso de Publicidade e Propaganda, e hoje estou aqui já lançando o primeiro episódio. Esse podcast é pensado para mulheres, vamos momentos de assunto sérios sobre saúde íntima, dicas e momentos bem divertidos, então fiquem aqui comigo que vai ser bem legal.

E assim já de cara eu vou lançar uma pergunta para vocês, alguém aqui já teve problema com incontinência urinária? Ou já parou e ficou pensando naquela hora H que não tá legal, ou a lubrificação está ruim, a libido tá baixa? Vem comigo que hoje vou apresentar um exercício que vai te ajudar a melhorar nessas questões aí. Esse exercício se chama pompoarismo, talvez alguns de vocês já tenham ouvido falar ou até mesmo praticam, mas para quem nunca ouviu falar esse exercício é basicamente você contrair e relaxar o perineo, isso vai fortalecer os músculos da vagina. Todo mundo sabe que hoje em dia ainda é tabu falar sobre autoconhecimento, falar sobre o corpo de uma mulher, porém quero deixar bem claro aqui que o que é feito para nossa saúde e que vai te fazer bem, façam sem medo de críticas.

Vocês têm que pensar em vocês e não no que as outras pessoas estão pensando ou o que eles estão falando, porque o pompoarismo tem vários benefícios, como aumentar libido, ajuda do pré e pós-parto, aumenta a lubrificação, aumenta o prazer na hora da relação sexual e melhora as cólicas menstruais, eu tenho certeza de que muitas mulheres sofrem com essas dores horríveis que nenhuma mulher merece né meninas?!

O que você precisa para fazer esses exercícios. Vamos imaginar que estamos com vontade de fazer xixi, então vamos prender esse xixi, isso que estamos fazendo é a contração, e você segura aí por uns 10 segundo e depois relaxa, mas pelo amor de Deus não façam isso se realmente estiver com vontade de fazer xixi, prender o xixi causa infecções. Fazer o pompoarismo é como se estivéssemos em uma academia, a diferença é que não precisamos de colocar roupa de malhar e nem tênis, por exemplo, agora mesmo nesse instante eu estou praticando o pompoarismo e vocês nem estão vendo, você pode fazer em qualquer lugar que for bom para você, até no trânsito você pode fazer, você ali naquele congestionamento muita nervosa, aproveita e já faz o exercício ali. Aí Gabriella eu preciso de usar alguma coisa para fazer esse exercício?! não gente, não necessariamente, mas se você quiser usar você tem essa opção, temos aqui as bolinhas tailandesas, cones vaginais que ajudam nesses exercícios, inclusive quem usa tem resultados mais rápidos, mas é claro que se você não usar você vai ter resultados do mesmo jeito.

Mas presta atenção aqui em uma coisa, toda mulher pode fazer o pompoarismo?! Sim, porém, em alguns casos precisamos ter cuidados, por exemplo: as grávidas nos três primeiros meses não podem praticar o pompoarismo, porque ela corre perigo de ter a perda do neném, no caso de meninas virgens é bom não usar os acessórios para não ocorrer o rompimento do hímen e as que estão menstruadas é bom não usar os acessórios para não correr risco de infecções. Os acessórios são bem usados pelas mulheres, a bolinha tailandesa é a mais famosa para fazer o exercício, você

vai pegar a bolinha, introduzir uma na vagina e tentar sugar as outras apenas com força do assoalho pélvico e depois de todas introduzidas, você vai começar a expulsar elas. E para vocês ficarem bem ligadas, essas bolinhas têm tamanhos, ali temos P, M e G, então de acordo com sua evolução você vai aumentando o tamanho, os cones é basicamente a mesma coisa, a diferença é que eles têm pesos, e você vai introduzir ele e tentar segurar por um determinado tempo, e de acordo com a sua evolução o peso, viu que já está boa no peso de vinte gramas aí você pula para a de 40

Roteiro Pod das Cerejas

Marca: Puro Prazer

Epsódios: perrengues na Hora "H"

Oi, meus amores, tudo bem com vocês? E esse é o nosso segundo episódio (Música)

O momento do sexo nunca é planejado e se é, as vezes não sai como planejado. Me fala aqui quem nunca passou por alguma situação engraçada ou constrangedora nessa hora hein?! É por isso que separamos algumas histórias contadas por seguidoras lá do perfil Puro Prazer.

1° História

" Eu costumava sempre sair com um menino ele era meu PA, e nesse dia ele resolveu que a gente ia em um motel e eu fiquei superanimada pois eu amo ir em motéis, eu acho que é sempre bom ir em lugares diferentes e testar algo novo, ficar só em casa se torna algo repetitivo demais e eu não gosto.

Aí fiquei o dia todo esperando dar o horário de ir para o motel, separei alguns produtos para usar com ele pois ele adorava. Então chegou a hora e eu me arrumei como de costume e fiquei esperando ele ir me buscar. Ele me buscou lá em casa e fomos né, só que ele começou a ir em um rumo que n~]ao era de motel kkkk e eu já fiquei meio assim, para minha tristeza ele me levou um cubículo que para ele era um motel, meu Deus muito desagradável a minha vontade era de ir embora, só que para não ficar de chata eu entrei. Aí a gente começou uns amasso ali, e a cama era muito dura, enfim fizemos o que tinha para fazer e ele disse que ia descansar e que íamos fazer de novo, m o pior veio agora, acredita se quis ele dormiu kkkkkk, literalmente dormiu e para piorar ficou roncando, que coisa vergonhosa pai amado. Depois disso nunca mais quis sair com ele e detalhe eu nem usei os produtos.

Comentários sobre a história 2° História

"Teve um dia que eu estava com o boy e estávamos bem animados né o clima muito bom um fogo lá nas alturas, tudo bem-preparado para ser uma noite top mesmo, com direito a fantasia e ótimos produtos. Aí começamos uns pegadas, beijos demorados, só que ele resolveu perguntar se aquilo estava bom né, aí ele perguntou assim, " assim está bom? E eu fui lembrar de propaganda do assolam kkkkk maldita hora que ele foi fazer aquela pergunta eu também não sei por que fui lembrar disso muito nada haver. E nessa propaganda falava assim: "assim está bom, assim é bom demais " e eu comecei a rir igual uma besta e acabei com o clima porque eu não parava de rir um minuto, tivemos que parar ali mesmo.

Comentários sobre a história 3° História

"Assim que comecei a usar produtos eróticos eu comprei um retardante, e fiquei muito empolgada até porque meu boy ia demorar ejacular e o sexo ia durar mais tempo. Eu nem falei para ele que tinha comprado, esperei chegar na hora para poder fazer todo aquele suspense de apresentar um produto novo para ele. Quando ele chegou fizemos aquela rotina toda de banhar e tudo mais, eu fui e falei que tinha comprado esse produto, ele empolgou demais.

Chegou a hora de usar e eu acho que passei demais e começou a dar reação reversa kkkkkkk, não é de rir mais é que lembrando fica engraçado, não queria subir de jeito nenhum e fizemos de tudo e nada dava certo. Enfim ele quis me matar e eu fiquei super sem graça.

#### Comentários sobre a história

##### 4° História

“Minha amiga vende sexshop e ela me mostrou uma capa peniana e eu empolguei muito para mostrar para o boy”. Enfim, decidimos usar e eu passei lubrificante dentro da capa porque pensei que ia machucar se não colocasse. Aí começamos ali o ato e confesso ela é muito boa, tem umas texturas na parte de fora dela que dá muito prazer para a mulher, só que como eu passei o lubrificante ela escorregou, e quando a gente foi ver a capa não estava onde deveria kkkkkkk, aí começamos a procurar, e adivinha? Ela entrou dentro de mim kkk pensa o desespero, com muita calma consegui tirar kkk. E deixo uma dica, não coloquem lubrificante na parte de dentro.

#### Comentários sobre a história

##### 5° História

Gente, eu fiquei com um boy e ele era lindo de maravilhoso, e eu por exemplo fico colocando expectativas e imaginando também como que vai ser, não sei se vocês são assim, mas eu sempre fui dessas kkkkk só que eu tenho que parar com isso porque sempre tenho decepção kkkkk. Marcamos de sair e tomar um chopp, e como o álcool sobe para a cabeça decidimos ir em um motel ali perto mesmo do bar. E eu fui muito empolgada porque ele era muito maravilhoso, só que quando ele tirou a cueca o trem era fino demais kkkkkkk que decepção gente, mas fiz com ele do mesmo jeito né, já estava lá mesmo, mas também nunca mais em.

#### Comentários sobre a história

Meu Deus é cada uma que passamos, mas nada é mil maravilhas mesmo, as vezes vamos passar por isso aí mesmo, então eu encerro aqui o nosso segundo episódio do pod das cerejas, não esqueçam de passar lá no perfil @PuroPrazerShopp e conferir nossas dicas e produtos.

Roteiro Pod das Cerejas

Marca: Puro Prazer

Episódio: Prazer Feminino

Olá, cerejas, vamos começar mais um episódio por aqui e hoje eu não estou sozinha, estou com muitas convidadas por aqui. Sejam bem-vindas ao Pod das Cerejas, muito obrigada por terem aceitado o convite de virem conversar comigo hoje.

Apresentação das convidadas

Hoje o nosso assunto é sobre o vibrador e o poder que ele tem para o autoconhecimento de uma mulher.

1- Me contam aqui, quando foi que vocês compraram ou ganharam o primeiro Vibrador?

2- Tati, eu gostaria que você explicasse o que pode passar na cabeça de uma mulher que tem um determinado medo do prazer ou aquelas que tiveram alguma frustração e acabam se sentindo insuficiente na relação?

3- Em relação a apresentação de um vibrador ao parceiro ou parceira, vocês acham que ele é um aliado ou concorrente?

4- As pessoas pensam que ter relação sexual apenas com a penetração e esquecem que tem outras coisas em volta disso que é, autoestima, pressões sociais, entre outras. Vocês acham que se toda mulher se conhecesse antes através de um estímulo às frustrações seriam menores?

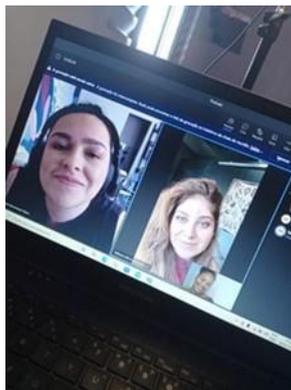
5- Agora vamos aos modelos, me contam quais modelos vocês têm e qual é o preferido?

6- Uma das coisas que o vibrador ajuda muito é com o vaginismo, porém para chegar até ele o processo é um pouco longo, eu tenho esse problema e isso me deixou sem vontade de fazer sexo eu tinha medo da dor, e por pesquisar bastante esses assuntos para elaborar conteúdo da loja eu vi que o vibrador podia me ajudar bastante nesse processo, e eu garanto que ajudou muito, mas não são todas as mulheres que aceitam usar assim de primeira não é mesmo Tati!?

7- A gravação dos episódios 1 e 2 foram gravados no dia 07-04-2021 as 19:30 no estúdio da Puc mesmo, já o episódio 3 foi gravado pela plataforma Teams. No estúdio eu tive a minha disposição microfones e uma sala para as gravações não ter nenhum ruído.

8- Na gravação do primeiro e terceiro episódio eu em senti bem a vontade para falar sobre o assunto, já no segundo por citar palavras que hoje ainda seja tabu e por ter outra pessoa comigo no estúdio, eu acabei ficando tímida e tive dificuldade para gravar, mas deixando bem claro que a pessoa que estava me acompanhando era um funcionário da Puc e que em nenhum momento eu sofri algo por parte dele, foi algo de mim mesma de não me senti a vontade por ter palavras que ainda não é simples de falar na frente de qualquer pessoa.

Outro ponto sobre as gravações foi o fechamento repentino no terceiro episódio, tive dificuldade para finalizar o episódio, sendo assim tive que fazer umas edições para não ficar algo que terminou de uma vez.



Gravação do terceiro episódio pela plataforma teams

## 5. Processo de Gravação

### 5.1 Edição dos áudios

Para editar os áudios foram usados dois programas, Vegas pro 17 e o Sound Forge pro 10, e por ter uma dificuldade com edição eu tive a ajuda do Álvaro funcionário que fica no estúdio, lá também escolhemos a trilha sonora, a Puc conta com um banco de áudios gratuitos e foi de lá que escolhemos a trilha sonora do podcast, a trilha teve um critério de escolha, que foi de não ser algo muito sensual, pois a intensão é que as pessoas tenham interesse de ouvir sem achar que ele contém um conteúdo obsceno. Os episódios estão todos em formato de mp3, que é um dos formatos mais comuns.



Programas usados para edição

## 1. Redes Sociais

Para a divulgação do podcast, foram feitos post para postar, além da criação da logo, paleta de cores e tipografia. O Instagram é uma das redes que mais contém usuários, os post foram feitos no tamanho do feed para fazer a chamada de ação em que os seguidores vão ser direcionados até a plataforma do podcast.

## 2. Logo

Para a criação da logo usei o critério de ser sensual, usar uma fonte com letras um pouco puxada, uma cor bastante forte e um símbolo que fosse sexy.

A cor vermelha é sem dúvida a cor da paixão, do sexo, da sensualidade, do fogo e também já é uma cor que segue o perfil desde do início. Na psicologia das cores o vermelho é considerado a cor mais intensa, por ser uma cor quente, as principais associações a ela é a intensidade, o calor. Essa cor foi escolhida para acompanhar além do perfil, o podcast também.



Logo do Pod das Cerejas

### a. Tipografia

A fonte calistoga foi escolhida por ser uma fonte que trás um ar de sensualidade ela é uma fonte com letras puxadas e foi isso que eu queria, uma fonte bem sensual, e também tentamos seguir a mesma fonte da logo.

A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	O	P	Q	R
S	T	U	V	W	X	Y	Z	
a	b	c	d	e	f	g	h	i
j	k	l	m	n	o	p	q	r
s	t	u	v	w	x	y	z	
0	1	2	3	4	5	6	7	8
9	.	,	;	:	\$	#	'	!
"	/	?	%	&	(	)	@	

## 5.2 Hospedagem dos episódios

Para a postagem dos episódios foi usado a plataforma Spotify, e como agregado para a hospedagem foi usado o Anchor que é compatível ao Spotify, a criação da conta é gratuita e o Anchor disponibiliza uma biblioteca para editar e adicionar áudios ao episódio. Confira passo a passo para a postagem dos episódios.

- 1- Acesse anchor. fm e clique em fazer login ou criar conta



- 2- Em seguida selecione “Novo episódio”



3- Na tela de biblioteca, você pode carregar o arquivo de áudio com o episódio completo e editar diretamente pela plataforma, além de ter uma opção de você enviar os seus próprios áudios.



4- Em seguida, insira todas as informações dos episódios, incluindo nome, descrição, foto do programa e temporada atual. Após aprovação e upload, a plataforma automaticamente hospedará e enviará o conteúdo para Spotify.



Depois de passar por esse processo, os episódios ficam disponíveis para o usuário no seguinte link: <http://11nq.com/bSuSr>.

## 6. Conclusão

A produção de um podcast para minha própria marca me permitiu uma visão mais ampla do processo de criação de uma mídia digital. Ao longo das pesquisas sobre a mídia e como ela é estruturada, percebe-se que os estudos são bastante importantes e que não é só falar que vai produzir um podcast, em torno tem todo um processo antes mesmo de começar as gravações.

Durante o processo em que, você é quem faz a estrutura do projeto todo mostra a importância do conhecimento da cultura de convergência e cibercultura, sobre a dimensão que é o papel de um produtor de um conteúdo digital. É um desafio muito grande produzir algo, onde a tecnologia avança a cada minuto, pois ao mesmo tempo em que uma mídia esta alta no mercado, ela despenca sem dar nenhuma explicação.

A experiência de gravar algo que vai ser seu, que você vai criar é surreal. As dificuldades são grandes, a hora de criar o roteiro, os ensaios das falas, os erros na hora da gravação é algo que acontece e você tem que mudar ali rápido, você tem que ser rápido no processo para não perder o foco. O resultado então pra mim foi muito bom, ver ali que eu tive capacidade de gravar um podcast para meu perfil, pra mim foi um experiência incrível.

A conclusão desse projeto tem como objetivo entregar um conteúdo de um jeito diferente para os seguidores da marca Puro Prazer, e mostrar que a sexualidade feminina é algo normal e precisa ser dita, e quebrar esse tabu que existe na hora que vai falar de algum assunto que envolva sexualidade feminina.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABPOD. **Associação Brasileira de Podcasters**. Disponível em: <https://abpod.org/>. Acessado em: 04/05/2022.

ABPOD. **Podpesquisa 2019**. Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa-2019/>. Acessado em: 04/05/2022.

BAUMANN, Bettina. **Meio Século de Revolução Sexual: Liberdade ou novas Amarras?** Disponível em: <https://www.dw.com/pt-br/meio-s%C3%A9culo-de-revolu%C3%A7%C3%A3o-sexual-liberdade-ou-novas-amarras/a-45148999>. Acessado em: 04/05/2022.

BOMTEMPO, Renato. **Podcast descomplicado. Bicho de Goiaba**, 2020. E-book Kindle.

DEL PRIORI DEL PRIORE, Mary. **História das Mulheres no Brasil**. 7. ed. São Paulo: Contexto, 2004.

ESTRELA, R **A hora do estrela: Um podcast LGBT+ no universo das mídias digitais**, 2020, 91. Dissertação (Mestrado em Inovação e Comunicação e Economia Criativa) Universidade Católica de Brasília, 2020.

GRATÃO, Paulo. **Mercado erótico triplica em número de empreendedores na pandemia. Quase oito em cada dez pessoas que empreendem no setor são mulheres; vibradores continuam entre os produtos mais procurados**. Disponível em: <https://revistapegn.globo.com/Negocios/noticia/2021/03/mercado-erotico-triplica-em-numero-de-empresarios-na-pandemia.html>. Acessado em: 04/05/2022.

MACHADO, Lívia. **O Mercado Erótico Nasceu em SP, Afirma dono de sex shop no centro**. Disponível em: <http://g1.globo.com/sao-paulo/noticia/2013/01/o-mercado-erotico-nasceu-em-sp-afirma-dono-de-sex-shop-no-centro.html> Acessado em: 04/05/2022.

PAMELA Malva. **Orgasmos e Conhecimento: a primeira sex shop foi criada por uma mulher. Para ganhar dinheiro em uma sociedade que se recuperava da guerra, Beate Uhse decidiu transformar o prazer em um negócio lucrativo**. Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/almanaque/historia-orgasmos-e-conhecimento-primeira-sex-shop-foi-criada-por-uma-mulher.phtml>. Acessado em: 04/05/2022.

PRETE, Renata Lo. **Pandemia provoca aceleração do consumo de podcasts no Brasil, revela pesquisa**. Disponível em: [https://extra.globo.com/economia/pandemia-provoca-aceleracao-do-consumo-de-po](https://extra.globo.com/economia/pandemia-provoca-aceleracao-do-consumo-de-podcasts-no-brasil-revela-pesquisa.html)

dcasts-no-brasil-revela-pesquisa-25120095.html. Acessado em: 04/05/2022.

VICENTE, Danilo. **Com 34,6 milhões de ouvintes, podcast é hobby... por enquanto.** Disponível em:  
<https://exame.com/bussola/com-346-milhoes-de-ouvintes-podcast-e-hobby-por-enquanto/> Acessado em: 04/05/2022.