

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS.  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO PUBLICIDADE E PROPAGANDA

AMANDA BARROS GOMES

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO II  
PODCAST DE COMUNICAÇÃO INTERNA DA LIT SOLUTIONS LTDA

Goiânia - GO

2022

**Amanda Barros Gomes**

**TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO  
PODCAST DE COMUNICAÇÃO INTERNA DA LIT SOLUTIONS LTDA**

Projeto apresentado ao curso de Publicidade e Propaganda, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito para avaliação da disciplina Trabalho de Conclusão de Curso II.

Orientador: Prof. Mariana Capeletti Calaca.

Goiânia - GO

2022

## SUMÁRIO

<b>1 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA .....</b>	<b>4</b>
1.1 Problema de comunicação a ser solucionado .....	5
1.2 Objetivo do produto comunicacional .....	6
1.3 Justificativa da proposta .....	6
<b>2 EMBASAMENTO CIENTÍFICO.....</b>	<b>7</b>
2.1. Surgimento do podcast.....	7
2.2 Convergência midiática .....	9
2.3 Características do podcast.....	11
2.3.1 TIPOS DE PODCAST .....	13
<b>3 ESTUDO DE VIABILIDADE.....</b>	<b>15</b>
3.1 Planejamento.....	19
<b>4 ROTEIRO DE GRAVAÇÕES .....</b>	<b>20</b>
4.1 Episódio 01 .....	20
4.2 Episódio 02.....	23
4.3 Episódio 03.....	28
<b>5 PROCESSO DE CRIAÇÃO DO ROTEIRO.....</b>	<b>33</b>
<b>6 PROCESSO DE GRAVAÇÃO .....</b>	<b>34</b>
<b>7 ESCOLHA DOS TEMAS.....</b>	<b>36</b>
<b>8 PRODUÇÃO .....</b>	<b>36</b>
8.1 Divulgação .....	38
<b>9 VERIFICAÇÃO.....</b>	<b>42</b>
<b>10 RELATO DA EXPERIÊNCIA E APRENDIZADOS .....</b>	<b>48</b>
<b>11 CONCLUSÃO .....</b>	<b>49</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRAFICAS .....</b>	<b>51</b>

## 1 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA

A LIT Solutions é uma consultoria SAP especializada em inteligência logística e cadeia de suprimentos. Atua com foco nas plataformas SAP ECC e S/4 HANA com vasta experiência em implementações de sucesso em operações logísticas de grande porte no Brasil e no exterior, com soluções de tecnologias orientadas a: Otimização dos processos; Redução de custos e Aumento da eficiência operacional com base no conhecimento especializado.

Apesar de ter sua sede Goiânia-GO a LIT tem disponibilidade para atuar em todo país, tendo também participação internacional, estando atualmente realizando projetos em quatro continentes: Asia, Europa, América Central e do Sul.

A LIT atende duas principais frentes de renda sendo uma delas em projetos de consultoria, planejando e executando melhorias logísticas dentro do sistema SAP, e a outra, alocações Time & Material(T&M) uma modalidade de alocação na qual não há um projeto, esta modalidade a empresa dispõe de uma equipe de profissionais de alto nível técnico para atender às necessidades de seus clientes, seja ela no SAP ECC ou no SAP S/4HANA, com alocações para atendimento local ou remoto.

Outra forma de atuação é o treinamento LIT, que acontece quando as empresas que já tem um bom time, mas precisa de alguma qualificação específica, a LIT oferece treinamento e apoio para o time desse cliente.

A empresa está sempre em busca de novos profissionais e o mercado de contratações apresenta uma situação de alta, onde há muita oferta de trabalho e poucos profissionais para atuação, com isso a LIT se encontra em um momento delicado, onde pretende investir mais em endomarketing para que consiga fidelizar seus profissionais.

A proposta de projeto de conclusão de curso tem como objetivo criar um podcast de qualificação profissional para os colaboradores da LIT. Com gravações sobre os módulos SAP, experiências de mercado e cases de sucesso, um bate papo que busca trazer a informalidade para apresentar conhecimento.

O objetivo é buscar diversos formatos de endomarketing, para que os profissionais de tecnologia da informação queiram continuar na empresa. Além

de boas condições de trabalho a LIT, está em busca de alternativas que valorizem e estimulem seus profissionais, sendo essa a inspiração para esse projeto.

### **1.1 Problema de comunicação a ser solucionado**

Atualmente a empresa enfrenta problemas com contratação de recursos, a mesma oferece em seu portfólio alocações de profissionais T&M (tempo e material), esse tipo de serviços vem se mostrando muito atrativo para ser ofertado, visto que ele trás para LIT um excelente custo benefício, onde a empresa diminui seus esforços e não corre riscos de prejuízo na execução desse tipo de projeto(outsourcing).

Outro ponto importante é sobre o desejo da empresa de oferecer esse serviço na Europa, atuar especificamente em Portugal e Espanha, onde a oferta parece ser uma ótima via, visto que a empresa disponibiliza mão de obra brasileira, recebendo por elas em euro.

A LIT tem como objetivo aumentar a quantidade de vendas de alocação, mas para isso, precisa de uma boa rede de profissionais. As buscas por profissionais de TI estão em alta, dada a escassez de pessoas capacitadas no mercado, principalmente em maiores graus de senioridade.

Com isso para que a empresa se apresente como diferencial no mercado e tenha sempre recursos disponíveis para alocação, é necessário que a mesma tenha uma boa grade de profissionais, visto que tais recursos levarão o nome da empresa ao executar suas tarefas em clientes, para que isso ocorra da melhor forma possível a LIT pretende capacitar os profissionais que entrem em sua grade, para que possa garantir a qualidade das entregas.

A empresa apresenta uma grande rotatividade, pois conta com profissionais para projetos sob demanda, ao término do projeto que o funcionário foi designado, a empresa decide se quer ou não continuar com esse recurso. Caso decida seguir com o contrato, a empresa mantém o colaborador, mesmo que ele não esteja trabalhando, segue pagando salário, até que um novo projeto apareça e ele seja alocado. Por fim, ela pode devolver o profissional para o mercado e busca-lo apenas quando houver uma nova demanda.

O intuito é desenvolver um bom relacionamento com esses profissionais, onde a proposta de boa estratégia de endomarketing, focada na qualificação e retenção de profissionais, se dá pela grande oferta de trabalhos e o baixo volume de profissionais para supri-las, assim a empresa deve buscar maneiras de se diferenciar como local de trabalho, oferecendo boas condições de trabalho, bons salários e fornecendo uma boa base de conhecimentos, com isso o podcast busca conectar a empresa com seus profissionais, para que tenham uma relação mais prospera, entendendo a missão, visão e valores da LIT, para que ela possa ser escolha preferencial de um profissional que busca alocação, e sem encontra repleto de ofertas de diversas consultorias

## **1.2 Objetivo do produto comunicacional**

Objetivo do produto é a criação do podcast, falando sobre a empresa, projetos, sistema SAP e seus modulos, trazendo conhecimentos e cases de sucesso de profissionais com mais experiência, para colaboradores que estejam iniciando sua trajetória no mercado, assim criando uma maior conexão entre a empresa e os profissionais que passam pela mesma.

## **1.3 Justificativa da proposta**

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.

De acordo com público do estudo os podcasts falam ao pé do ouvido e criam uma relação íntima com o ouvinte, principalmente em tempos de isolamento social, o que é comprovado pela pesquisa. <sup>1</sup>Entre os entrevistados, são comuns os relatos de pessoas que dizem se sentir parte da conversa dos programas e, assim, se sentem menos sozinhas. Dos quase 100 milhões de brasileiros que consomem alguma forma de áudio digital, 28 milhões já declaram

---

<sup>1</sup> <https://extra.globo.com/economia-e-financas/pandemia-provoca-aceleracao-do-consumo-de-podcasts-no-brasil-revela-pesquisa-25120095.html> acesso em 23/03/22

ouvir podcasts. Esse crescente interesse reforça nossa aposta neste segmento”, ressalta Figueiredo.

De acordo a Associação Brasileira de Podcasters (ABPod), em 2020 havia mais de 2 mil programas ativos de podcasts no país. Uma análise desse mercado foi feita em pesquisa conduzida pelo Ibope Inteligência: cerca de 40% da população de internet do Brasil, o que resulta em 50 milhões de brasileiros, já ouviu podcasts.

Outro segmento que apresentou crescimento com a pandemia foi o tecnológico, no ano de 2021 a SAP declarou ter adquirido 400 novos clientes, o que traz grande esperança para o mercado em uma situação pós pandemia. O time comercial da LIT prevê um alto investimento, principalmente em infraestrutura, estrutura lógica e processos que envolvam IOT, automação industrial e melhoria nas cadeias de distribuição. Os diretores da empresa apontam uma grande expectativa de mercado para o ano de 2022, onde a empresa se prepara para grande procura com relação a alocação de recursos T&M, tanto nacional quanto internacionalmente. A partir disso, a LIT deve se organizar para a suprir a demanda do mercado, capacitando seus profissionais.

Entendendo que o formato de podcast está em crescimento e se tornando preferência de muitos brasileiros, a empresa pensa em usar esse formato para conquistar seus colaboradores, ofertando aprendizado de forma alternativa, trazendo facilidade de acesso e inovação do conteúdo para seus colaboradores.

## **2 EMBASAMENTO CIENTÍFICO**

### **2.1. Surgimento do podcast**

O termo 'podcast' é a junção de 'Pod'- Personal On Demand” (pessoal sob demanda), retirada de iPod, com broadcast (radiodifusão) dispositivo reproduzidor

de áudio da Apple”, sendo transmissão pública e massiva de informações que, quando feita através de ondas eletromagnéticas de rádio também pode ser chamado de radiodifusão.

Embora haja certa semelhança entre o podcast e o que poderia ser chamado de “rádio pela internet”, já que se trata essencialmente de informações passadas via arquivos de áudio, não é esse o caso. Meditsch (1999 *apud* Bufarah, 2003) classifica modelos de difusão de áudio como o do podcasting como sendo um tipo de serviço, na verdade, fonográfico, “não se caracterizando como radiofônico por não ser emitido em tempo real”.

Podemos, portanto, definir o podcasting como uma forma de transmitir um arquivo de áudio ou vídeo via internet para ser ouvido em aparelhos que reproduzam esse arquivo. Entendemos que o podcast é tanto o arquivo de áudio ou vídeo transmitido via podcasting quanto o conjunto desses arquivos.

Segundo Primo (2005), “podcasting é um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na internet”. Esse processo se dá a partir da relação entre o arquivo de áudio que compõe o podcast e um arquivo de texto que ajuda a divulgá-lo sempre que ele é lançado na internet, conhecido como feed.

Em 2004, a distribuição de arquivos com “programas de áudio” não era novidade. Contudo, para um internauta ouvir um desses arquivos, precisava, a cada nova “edição”, acessar o site que o hospedava, fazer o download para seu computador e, só aí, ouvi-lo. Houve algumas experiências voltadas ao download automático de arquivos de áudio, mas geralmente ligadas a empresas que também eram responsáveis pela geração de conteúdo, buscando lucro direto. Como havia dificuldade de lucrar com o sistema, essas experiências eram deixadas de lado depois de algum tempo.

Com a profusão de aparelhos portáteis reprodutores de arquivos de áudio, notadamente os de formato MP3, surgiram várias novas ideias de como automatizar o acesso ao conteúdo de audioblogs e demais programas de áudio. O método que mais teve sucesso foi a possibilidade desse download ocorrer automaticamente através de programas chamados “agregadores”, utilizando uma tecnologia já empregada para blogs: o feed RSS (*Really Simple Syndication*).



Segundo Mack e Ratcliffe (2007), esse sistema só foi utilizado da forma como entendemos hoje como podcasting em 2004, quando Adam Curry desenvolveu uma forma de transferir o áudio disponibilizado através do RSS para o agregador iTunes a partir de um script de Kevin Marks.

A partir daí, vários outros agregadores começaram a fazer o download automatizado de arquivos de áudio. Esse sistema foi denominado podcasting embora faça referência direta ao iPod, o podcasting não ficou limitado a esse reprodutor de mídia digital, sendo desenvolvidas posteriormente formas de associá-lo a quaisquer aparelhos. Os programas de áudio distribuídos através do podcasting passaram a ser denominados podcasts.

No Brasil, segundo Silva (2008), o primeiro podcast foi o Digital Minds, de Danilo Medeiros, iniciado em 20 de outubro de 2004. O programa surgiu a partir do blog homônimo, devido ao desejo do autor em se diferenciar dos blogs que existiam então, mas para que possamos entender mais sobre o crescimento do podcast no Brasil, devemos compreender os conceitos que levaram a criação desse recurso, trazendo então o entendimento de convergência midiática.

## **2.2 Convergência midiática**

O conceito de convergência envolve interações entre mídias, ainda que complexas. “após o estouro da bolha, a tendência foi imaginar que as novas mídias não haviam mudado nada. Como muitas outras coisas no atual ambiente de mídia, a verdade está no meio-termo” (JENKINS, 2009).

A criação de novos recursos midiáticos deve ser analisada em seu processo de evolução e aprimoramento. No caso dos podcasts, temos que usar a análise sonora como principal fonte de discussão. Jenkins também disse que “palavras impressas não eliminaram as palavras faladas. O cinema não eliminou o teatro. A televisão não eliminou o rádio. Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes” (JENKINS, 2009). É por isso que a convergência parece entender melhor a transformação midiática da última década.

O podcasting pode ser um exemplo do que a cultura de convergência pode replicar, “as mídias tradicionais são passivas. As mídias atuais,

participativas e interativas. Elas coexistem, e estão em rota de colisão” (JENKINS, 2009), para Jenkins (2009) existem três grandes temas em sua obra: a convergência dos meios de comunicação, a cultura participativa e a inteligência coletiva. Dito isso, já é possível associarmos imediatamente os três temas à produção e ao consumo dos podcasts.

Em relação à convergência das mídias, pode-se dizer que os podcasts trazem elementos comuns às plataformas de transmissão e conteúdo digital. O rádio, como o próprio nome sugere, é um meio dinâmico que passou por uma série de mudanças tecnológicas em sua transmissão e encontrou a oportunidade do rádio online na internet, por vezes suportando alternativas sonoras como o podcasting. (Ferrareto, 2014).

Toda a relação entre podcasting e mídias sociais pode estar relacionada a um termo originalmente pensado por Pierri Lévy (2003) que é referenciado na obra Jenkins (2009), esse recurso também aparece na radiodifusão contemporânea. Em outras palavras, o processo de entrega de conteúdo em múltiplas plataformas e produção de notícias no ar foi reconfigurado. A produção e o consumo de conteúdo transmitido na era convergente tem suscitado discussões sobre a radiodifusão na atualidade, e mesmo o consenso sobre ela não é pacífico (FERRARETTO, 2014).

*A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual, ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente do que outros (JENKINS, 2009).*

A convergência representa uma mudança cultural, pois os consumidores são incentivados a encontrar novas informações e fazer conexões em conteúdos de mídia fragmentados (JENKINS, 2009). Por convergência, Jenkins se refere ao fluxo de conteúdo em várias plataformas de mídia, à colaboração entre vários mercados de mídia e ao comportamento migratório do público de mídia que pode

ir a quase qualquer lugar para encontrar a experiência de entretenimento que deseja. Segundo Jenkins, “Convergência é uma palavra que pode definir mudança tecnológica, de mercado, cultural e social dependendo de quem está falando e do que eles pensam que estão falando” (Jenkins, 2009, p. 29).

### 2.3 Características do podcast

A produção científica Procedimentos de construção do podcast: o caso Nerdcast, da pesquisadora Paula Marques de Carvalho (2014), relaciona as características do podcast de forma mais didática e será usada como referência. Na obra é possível observar com mais detalhes esse fenômeno midiático que traz suas particularidades de produção/distribuição, mas que, como todo produto comunicacional, está em constante evolução. Seguem abaixo algumas dessas características (CARVALHO, 2014):

a) Forma de distribuição: Pensando no podcast como uma mídia 100% digital, temos o ambiente online como exclusivo canal para distribuição. O formato de disponibilização do podcast deve ser um “*clipping* contínuo e automatizado” (CARVALHO, 2014). No qual o usuário busca e consome de acordo com seu interesse. Por isso, é preciso organizar a distribuição em segmentos para facilitar a busca;

b) Facilidade de produção: Gravação, edição e publicação são as etapas básicas da produção de um podcast. Há pouquíssimo tempo a operacionalização dessas etapas estava restrita às grandes empresas de comunicação. Porém, uma das vantagens da web 2.0, além da revolução da interação em rede, é o alcance a tecnologias de criação para essa mesma rede. 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);

c) Tipos de arquivo: a facilidade de produção no tópico anterior acaba impactando o tipo de arquivo que será utilizado para construção dos episódios do podcast. 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 uma micromídia (PRIMO, 2005);

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.

### 2.3.1 TIPOS DE PODCAST

Os podcasts devem estar disponíveis publicamente na internet e facilmente acessíveis, pois uma de suas principais características é a liberdade oferecida para o ouvinte poder baixar e escutar os programas disponibilizados quando quiser.

Apesar de terem características em comum, existem diversos tipos de podcasts, onde apresentam modificações em suas estruturas, Renato Bontempo aponta seis principais formatos:

**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;

**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;

**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.

**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 4 que agrada 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.

**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 mais próximo das radionovelas;

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.

O autor também acredita que para elaboração de um roteiro, é necessário um planejamento, o qual tem estruturas semelhantes a cinematografia, Bontempo divide apresenta sua estrutura dividida em tais etapas:

Introdução: é o momento de convencer o ouvinte a escutar o podcast, é preciso ser rápido e direto apresentando sobre o que será abordado 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.

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.

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.

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.

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.

Após entender os tipos e etapas de um podcast, será feito um estudo de viabilidade, buscando analisar alguns podcasts que estão disponíveis online, assim, com o conhecimento adquirido, deverá ser feita a escolha sobre o formato e execução de um modelo para uso interno da empresa.

### **3 ESTUDO DE VIABILIDADE**

A elaboração será fundamentada nos conceitos de Bruno Munari, um artista que contribuiu com fundamentos em muitos campos das artes visuais e também com outros tipos de arte. Ele organizou um ensaio chamado “Das coisas nascem coisas” (2008), em que ele abordou a Metodologia Projetual, O método não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas por ordem lógica, ditada pela experiência.

Este método que preza pela ordem lógica dos processos e apresenta uma série de passos:

**PROBLEMA** - Das necessidades do usuário surge um problema.

**DEFINIÇÃO DO PROBLEMA** - Definir o problema no seu todo e os limites de trabalho.

**COMPONENTES DO PROBLEMA** - Dividir os problemas em partes pequenas. Uma vez resolvidos os pequenos problemas, recompõem-se as ideias.

**COLETA DE DADOS** - O responsável deve recolher informação sobre projetos similares, sua utilização e concorrentes antes de desenvolver.

**ANÁLISE DE DADOS** - Com todos os dados recolhidos, deve-se analisar as informações e tentar pensar nos defeitos das soluções dos concorrentes, deixando a parte as conclusões meramente estéticas.

**CRIATIVIDADE** - A criatividade deve substituir a ideia intuitiva, ainda ligada ao modo resolver um problema. A criatividade mantém-se nos limites do problema, que resultam da análise de dados e dos subproblemas, evitando ideias ligadas a fantasia que podem propor soluções irrealizáveis por razões técnicas, matéricas ou econômicas.

**MATERIAIS E TECNOLOGIAS** - Recolha de dados relativos aos materiais e às tecnologias que o designer tem à sua disposição naquele momento para realizar o seu projeto.

**EXPERIMENTAÇÃO** - Materiais e técnicas em experimentação que serão utilizados no projeto.

**MODELO** - Amostras, conclusões, informações que podem levar à construção de modelos demonstrativos.

**VERIFICAÇÃO** - Apresenta-se o modelo em funcionamento a um certo número de prováveis usuários e pede-se-lhes uma opinião sincera acerca do modelo.

**DESENHO FINAL** - Utilizado para comunicar aos envolvidos no projeto sobre o resultado final que poderá ser desenhado de maneira clara e inteligível o modelo em tamanho natural com materiais muito semelhantes aos materiais definitivos e com as mesmas características, por meio dos quais o

executor percebera claramente o que se pretende realizar.

**SOLUÇÃO** - produto pronto.

A metodologia projetual de Munari, foi usada para elaboração deste projeto, conforme ele estipula, as três primeiras etapas de escolha, definição e divisão dos problemas foram feitas no primeiro tópico deste trabalho, onde é exposto a situação da empresa em relação ao seu problema de comunicação interna que deve ser resolvido.

Segundo Bruno, o próximo passo a ser executado é referente a coleta de dados, seguida por sua análise, pode-se dizer que essas etapas também foram executadas com sucesso, baseadas em estudos e pesquisas, logo mais, ainda neste tópico, será evidenciada uma tabela comparativa, com informações de projetos similares ao que esse trabalho se propõe a executar.

Foram estudados quatro podcasts, visando entender um pouco mais, sobre as práticas atuais e formatos que fazem sucesso com o público.

Três deles são semelhantes em seu formato, onde a cada episódio, conta com convidados diferentes, não há um roteiro, mas pode haver um tema, podendo ser ligado a vida amorosa, trabalho, estilo de vida, entre outras coisas, ele funciona como uma entrevista, onde o podcaster faz perguntas para seu



convidado e segue estimulando assuntos demonstrando sua opinião, esse modelo tem uma duração extensa, podendo durar até 3 h.

Outro formato estudado, é um modelo de newsletter, onde não há convidados, ele conta com um roteiro, onde não ha interação, o narrador apenas responde às perguntas feitas, esse modelo é mais breve e não deve passar de 15 minutos. Segue tabela com observações que foram analisadas:

<b>Nome</b>	<b>Os Sócios</b>	<b>PodDelas</b>	<b>Semanada</b>	<b>FalaDev</b>
<b>Duração</b>	1 a 2 horas	1 a 3 horas	Até 15min	De 30min a 1h
<b>Convidados</b>	sim	sim	não	sim
<b>Descrição</b>	Bruno Perini e Malu Perini são sócios no matrimônio, na vida e nos negócios. Toda quinta-feira você pode esperar um podcast muito divertido e com convidados especiais para falar de temas relacionados ao mundo do empreendedorismo, dinheiro e desenvolvimento pessoal.	PodDelas, espaço de conversa comandado por Boo Unzueta e Tata Estaniecki! Aqui você vai encontrar muita conversa gostosa, sempre com leveza, humor e boas histórias!	A Semanada é a newsletter em áudio do Nubank. Toda semana, a gente escolhe um tema sobre dinheiro ou finanças pessoais para explicar de um jeito simples e que ajude a descomplicar a sua vida.	A gente passa a maior parte do tempo escrevendo código. Agora chegou o momento de falar sobre isso. Nesse podcast três programadores se reúnem para discutir o universo da programação
<b>Introdução</b>	Falam sobre o podcast e introduzem o tema	Começam com recados, publicidades, falam sobre os canais que estão presentes.	Introdução com uma sátira. Ex: a mordida do leão vem aí. Para um episódio que fala sobre imposto de renda.	Os primeiros 40s são cortes da conversa com o convidado, depois é colocada a vinheta
<b>Vinheta musical</b>	sim	sim	sim	sim

<b>Pontos positivos</b>		Oferecem o canal no youtube com cortes do podcast, onde consegue contato com outro tipo de público.	Direto e prático, entrega o conteúdo em pouco tempo.	Consegue debater diferentes temas de acordo com o convidado, trazendo diversidade de conhecimento para seu público.
<b>Pontos negativos</b>	Alguns convidados prologam assuntos, ocasionando em episódios muito grandes, o que pode acarretar na perda de ouvintes.	A maioria dos episódios são muito longos, o que pode acarretar na perda de ouvintes.	Linguagem que não se aproxima do consumidor, apresenta um contato "frio".	
<b>Roteiro</b>	Pauta de perguntas e perguntas espontâneas.	O roteiro é bem discreto, com perguntas que seguem a linha do que seu convidado se mostra interessado em conversar	Perguntas diretas, após a resposta do narrador, não há prolongamento sobre o tema.	Pauta de perguntas e perguntas espontâneas seguindo a linha de seus convidados.

Após análise, a ideia proposta é criar um material quinzenal, que seja rápido e de fácil acesso, nesse conteúdo, terá notícias, cases de sucesso, informações e conhecimentos do universo SAP que tenham relevância no cenário da empresa. Será proposto um episódio piloto contando a história da LIT, para que todos os colaboradores que passem pela empresa, tenham entendimento de seus valores e sua motivação de criação.

Para escolha da plataforma, alguns requisitos precisam ser cumpridos, como a opção de filtrar os ouvintes, visto que esse material deve ser apenas ser

divulgado internamente, e o escolhido é o Storyboard uma plataforma dedicada ao compartilhamento de podcasts privados e seguros.

Os ouvintes podem acessar os programas por meio do aplicativo Storyboard para iPhone e Android, bem como por meio de um reprodutor da web, após serem incluídos na lista de permissões de uma organização (por meio de convites por e-mail ou login único).

É grátis lançar um podcast privado para até 50 ouvintes. Para organizações maiores, o Storyboard oferece um nível Pro pago que fornece a marca do cliente, análises, Feedback de episódios e muito mais, para até 350 ouvintes. Para esse experimento será usado o modelo gratuito que contém as seguintes vantagens: Adicionar e remover usuários do portal de administração, carregar 1 podcast por semana, os ouvintes podem baixar e transmitir podcasts no aplicativo ou site Storyboard, os ouvintes podem comentar o podcast e a plataforma fará relatórios semanais de engajamento e número de ouvintes, o que trará boas métricas para que o podcast possa obter melhorias.

Posteriormente, após análise ser feita, Munari indica a criatividade para resolução do problema, a empresa apresenta uma proposta de podcast, sendo esse um método muito usado por brasileiros para aquisição de conhecimento, mas pouco usado no ambiente corporativo, pode se considerar essa, uma proposta inovadora e criativa de resolução do problema proposto.

Já a última etapa a ser executada neste trabalho é a de matérias e tecnologia, onde será apontado dados sobre a execução do podcast, que será dissertado no tópico de planejamento, onde é entendido sobre a produção e edição dos episódios.

### **3.1 Planejamento**

Os episódios serão gravados no escritório da empresa, que fica localizado no shopping lozandes em Goiânia, o escritório possui algumas salas direcionadas a reuniões, sendo ambientes mais reservados e livres de barulhos externos, inicialmente será testada a gravação com equipamentos que a empresa já possui, como celular e o uso de fone de ouvido como microfone, como já foi citado, a tecnologia hoje nos permite uma boa qualidade de áudio em

aparelhos que usamos em nosso dia-a-dia, mas acaso esses equipamentos não sejam suficientes para uma boa qualidade, o áudio será gravado no estúdio do campus v da Pontifícia Universidade Católica de Goiás.

A edição e publicação também serão feitas em computadores da empresa de uso contínuo. Haverá uma divulgação interna sobre esse novo formato de conteúdo, que deve ser direcionada a todos os colaboradores, junto as instruções de acesso ao material.

## 4 ROTEIRO DE GRAVAÇÕES

### 4.1 Episódio 01

PILOTO	Sons	Apresentador – Flavio	Apresentadora – Amanda	Perguntas
Introdução	Musica de abertura	Olá pessoal sejam bem-vindos ao LITCast, um local onde falaremos sobre nossa empresa, sistema SAP e seus módulos, cases de sucesso e também traremos temas atuais com abordagens de qualificação profissionais, Eu sou o Flavio diretor da área		

		de desenvolvimento de novos negócios e estarei com vocês apresentando cada episódio.		
Ato I		Tenho hoje aqui comigo, Amanda nossa analista de Marketing, que irá nos ajudar a guiar esse podcast.	Então pessoal, este é o piloto de um projeto que gostaríamos muito que vocês gostem. E acho que o jeito ideal de começar nosso LITCast é contando um pouco da história da nossa empresa.	

Ato II		Resposta do Flavio	Falando nisso, Flavio, <b>de onde saiu o nome LIT Solutions?</b>	de onde saiu o nome LIT Solutions? Como você conheceu seus sócios? de quem foi a ideia de criar uma consultoria? Por que decidiram criar a empresa em Goiânia?
Ato III		Resposta do Flavio		Momento livre para perguntas que surgirem de acordo com as respostas.

Final	Música de encerramento	Agradecimento espontâneo	E isso pessoal, esse foi o primeiro episódio do nosso podcast, espero que tenham gostado, gostaríamos de receber feedback, com sugestões, críticas e ideias, tudo é bem-vindo, aqui na plataforma storyboard é possível fazer esse tipo de interação, mas também estamos disponíveis no slack e email., muito obrigada	
-------	------------------------	--------------------------	--	--

## 4.2 Episódio 02

#Episódio -02	Sons	Apresentadores – Flavio	Apresentadora – Amanda	Entrevistado – Tácio
Introdução	Música de abertura	Olá pessoal sejam bem-vindos ao LITCast, um local onde falaremos sobre nossa empresa, sistema SAP e seus módulos, cases de sucesso e também traremos temas atuais com abordagens de qualificação profissionais, Eu sou o Flavio diretor da área de desenvolvimento de novos negócios e estarei com vocês apresentando cada episódio.		



	Música de introdução			
Ato I		Em nosso segundo episódio, eu e Amanda, iremos bater um papo com nosso convidado Tácio, CEO da LIT desde 2018		
			É isso aí Flavio e para começar o mais um episódio do LITcast, vou pedir pro nosso convidado se apresentar	
Ato II; 1				Apresentação do Tácio
Ato II; 2		1ª pergunta Tácio, conta pra gente como é o desafio de		

		comandar a LIT		
Ato II; 3				Resposta do Tácio,
Ato II; 4		2ª pergunta Reforce um pouco com a nossa equipe como está estruturada a diretoria da LIT e comente sobre o seu papel de integrar e fazê-las funcionar de acordo com a sua estratégia.		
Ato II; 5				Resposta do Tácio
Ato III; 1		3ª pergunta Quais são os maiores desafios para o crescimento da LIT e como vc acha que o TeamLIT pode colaborar		

		nessa evolução		
Ato III: 2				Resposta do Tácio
Final		Agradecimento espontâneo	E isso pessoal, esse foi o segundo episódio do nosso podcast, espero que tenham gostado, gostaríamos de receber feedback, com sugestões, críticas e ideias, tudo é bem-vindo, aqui na plataforma storyboard é possível fazer esse tipo de interação, mas também estamos disponíveis	

			no slack e email., muito obrigada!	
Final	Música de encerramento			

### 4.3 Episódio 03

#Episódio -03	Sons	Apresentadores – Flavio	Apresentadora – Amanda	Entrevistado – Riverson
Introdução	Música de abertura	Gravada		
Ato I; 1		Hoje no terceiro episódio, eu e Amanda, vamos conversar com nosso convidado Riverson, Gerente de Delivery da LIT		

Ato I; 2			Boa Flávio, começando mais um episódio do LITcast com um convidado que assim como o Tácio, também já foi “Cliente LIT”, né Riverson.	
Ato I; 3				resposta do Riverson
Ato I; 4			<p>Aproveitando o desenrolar da conversa, eu gostaria que você se apresentasse e depois falasse um pouco sobre como é estar “do outro lado da mesa”.</p> <p>A distância é muito grande entre o que você fazia na Panpharma e o</p>	

			que faz hoje na LIT?	
Ato I: 5				Resposta do Riverson
Ato II; 1		<p>Riverson, seja bem-vindo ao LITcast. Para começar, eu quero ir direto ao ponto e te fazer uma pergunta que tenho certeza que gera bastante curiosidade naqueles que não conhecem a atuação do nosso TeamLIT.</p> <p>Qual é o segredo dessa equipe, que a cada projeto que executa, encanta o nosso cliente e</p>		

		<p>com isso facilita muito o trabalho do nosso Comercial para vender mais projetos para esse cliente?</p>		
Ato II; 2				<p>Resposta do Riverson</p>
Ato II; 3		<p>Aqui na LIT, sempre comentamos que a nossa régua é alta quando o tema é contratação.</p> <p>Que qualificações você entende como sendo necessárias para um candidato ser aceito como um novo integrante da nossa</p>		

		equipe de projetos?		
Ato II; 4				Resposta do Riverson
Ato III; 1			Como Gerente de Delivery, você fica nesse “meio-campo” entre o Sena, nosso Diretor de Delivery e nossos Gerentes de Projeto. Qual é o segredo para orquestrar essa relação?	
Ato III; 2				Resposta do Riverson



Final;		Agradeciment o espontâneo	É isso pessoal, esse foi o segundo episódio do nosso podcast e eu gostaria de finalizar, com o Riverson deixando uma mensagem para todo o TeamLIT.	
Final; 2				Mensage m final do Riverson
Final; 3			Espero que tenham gostado muito obrigada!	
Final; 4	Música de encerram ento			

## 5 PROCESSO DE CRIAÇÃO DO ROTEIRO

Os roteiros foram criados com base nas estruturas cinematográficas sugeridas por Bontempo, com as seguintes divisões: introdução, ato I, ato II, ato III e conclusão.

Para a criação do roteiro, é feita uma reunião com o entrevistador principal, Flavio Souza, Diretor de desenvolvimento de novos negócios. De acordo com o convidado, estipulamos algumas perguntas relevantes.

O roteiro serve como um direcionamento, onde a gravação não tem com obrigatoriedade seguir exatamente o que foi escrito, além de ter também espaços direcionados a perguntas espontâneas que podem surgir no decorrer da conversa.

Antes das gravações o roteiro é repassado e pode sofrer modificações, as perguntas são previamente apresentadas para o convidado, para que ele esteja ciente do rumo da conversa.

## **6 PROCESSO DE GRAVAÇÃO**

As gravações foram realizadas em uma das salas de reunião da empresa, com um fone de ouvido e gravada no celular, para diminuir os ruídos, abafamos o microfone com uma espuma retirada de um outro headset, que encontramos no escritório, fechamos todas as janelas e portas, desligamos os aparelhos de ar condicionado e silenciemos os celulares, para não haver intervenções, como as gravações são realizadas com apenas um microfone, buscamos ficar próximos durante a conversa, para que a captação fique padronizada entre as vozes.

O primeiro episódio teve impasses em sua gravação, era o primeiro contato do apresentador com esse formato de gravação, então até sair de fato, foram 19 takes gravados, a maioria não passava da introdução, onde as gravações eram interrompidas com menos de 30s, o Flavio (apresentador) é uma pessoa muito perfeccionista e demorou alguns takes para estar satisfeito com sua fala na introdução, até que de fato saiu uma gravação completa e sem cortes, ela durou 27 minutos.

O roteiro foi seguido, onde a introdução e o primeiro ato se deram com a leitura do mesmo, já o restante foi realizado de forma mais espontânea, onde a ordem das perguntas foi modificada de acordo com os desenrolar da conversa.

No segundo episódio, estávamos mais confiantes e no segundo take, conseguimos desenrolar a conversa, o episódio foi gravado com o CEO da empresa, nesta gravação usamos uma outra sala de reunião, seguimos com o mesmo movimento feito no episódio anterior, gravação pelo celular com o uso do microfone de um fone de ouvido. Sentimos que o fato de ter três pessoas conversando distribuiu o som, onde acabamos perdendo um pouco de qualidade, também observamos que o tempo da conversa foi maior que o esperado, a gravação durou 39 minutos.

Já no terceiro e último episódio gravado, voltamos para nossa primeira sala de gravação, pois observamos que a qualidade do áudio havia ficado melhor nela, o roteiro foi apresentado ao convidado antes de começarmos, ele também estava espelhado em uma televisão em nossa frente, para nos guiar, apesar de ter uma ótima conversa, essa gravação nos trouxe alguns problemas, o convidado tinha um tom de voz mais baixo do que dos entrevistadores, o que causou uma discrepância no volume. Havíamos pensado nessa possibilidade antes de começar a gravar, por isso, aproximamos o microfone do convidado e ficamos um pouco mais afastados, tentando minimizar as divergências entre as vozes, mas não funcionou, a alternativa seria entender a forma de melhorar isso na edição.

Como não temos o conhecimento e nem equipamento necessário, a edição apesar de melhorar a altura da gravação, não foi capaz de melhorar por completo, deixo esse episódio com uma qualidade inferior a que gostaríamos de entregar, mas esse episódio foi essencial para que entendêssemos sobre a importância de um equipamento adequado, sendo ele um ótimo argumento para convencer o financeiro sobre a necessidade do investimento.

Com isso começamos a buscar as melhores opções de equipamento, visitando algumas lojas no centro da cidade, fomos até a loja Harmonia Musical, onde tiramos algumas dúvidas e fizemos orçamento de equipamento com a sugestão deles para nossa demanda

De maneira geral as gravações foram boas, o papo fluiu bem em todas elas. Para um começo, os nossos recursos eram era poucos, mas estavam

funcionando bem, contudo, no último episódio gravado, tivemos a confirmação do quão importante é o equipamento adequado para gravação.

## **7 ESCOLHA DOS TEMAS**

O tema escolhido para o piloto, é a história da empresa, onde foi dito sobre como os sócios se conheceram, como foi a decisão de contratar um CEO e quem seria essa pessoa, foi falado também sobre o início da empresa e seus primeiros projetos. Esse tema é de suma importância visto que nem todos os funcionários conhecem de fato a história da empresa que trabalham.

Já no segundo episódio, convidamos o CEO, Tácio Henrique, que falou principalmente, sobre a visão da empresa, explicando sobre a importância de contratar pessoas por sua essência e não só por seu conhecimento técnico.

No último episódio gravado, convidamos um de nossos colaboradores mais antigos, o gerente de delivery, neste cargo o Riverson tem contato com praticamente todos da empresa, onde tem como uma de suas funções coordenar contratações, pensando nisso, focamos nossa conversa em entender seus parâmetros e visões sobre os recursos.

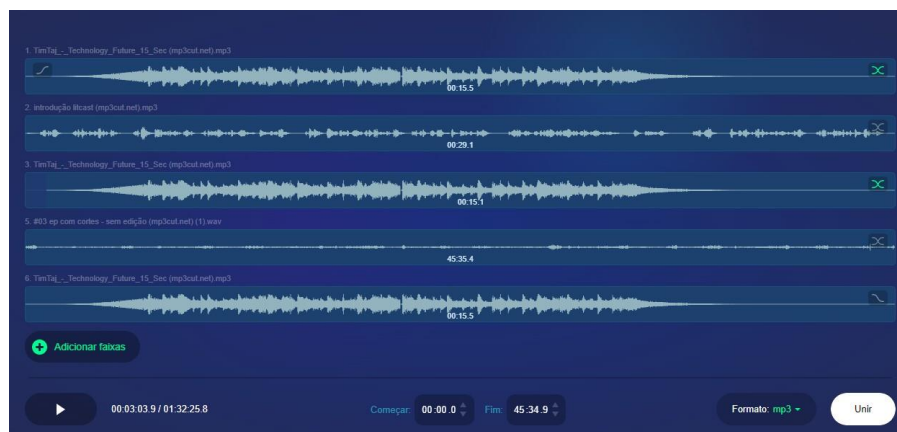
Os próximos episódios devem seguir essa linha de conhecimento, contando com conhecimentos sobre a empresa, onde a intenção é entrevistar pessoas de todas as áreas de atuação, dos mais diversos cargos, divulgando seus anseios e experiências, visando sempre uma aproximação entre as áreas da empresa, onde todos devem passar a entender o funcionamento e ciclo de demandas entre as áreas.

## **8 PRODUÇÃO**

Para edição dos episódios foi usado um editor online, no site 123apps, esse site conta com diversas ferramentas, entre elas cortar e mesclar áudios, inicialmente a proposta era fazer algo simples e sem recortes, mas em todos os episódios, percebemos momento que deveriam ser retirados, no geral, se trata de segundos, onde buscamos retirar alguns erros nas falas, momentos de

redundância em um assunto, assim, melhorariamos a qualidade para nossos ouvintes, após os cortes tratamos de juntar as gravações, usando uma trilha sonora e a introdução feitas no primeiro, essa mesma trilha também é inserida no final.

**Figura 1: imagem de edição dos áudios**



A trilha foi escolhida em um site chamado Jamendo Licensing, que oferece 265804 faixas isentas de direitos autorais, para qualquer tipo de projeto multimídia, dentre diversas faixas, essa chamou atenção pelo nome Technology Future, o que remete muito a área de atuação da empresa, que presta serviços de consultoria de TI, além do nome a trilha se encaixou bem com a gravação do podcast, outros áudios foram testados, mas essa foi a que melhor representou a proposta.

Após a escolha da faixa e edição do áudio, foi iniciada a etapa de upload da gravação para plataforma escolhida, a Storyboard, a página de carregar os episódios é bem completa e permite colocar título, descrição, data de publicação, data prevista para o próximo lançamento e também permite que seja selecionado um grupo de ouvintes, dentro dos usuários já pré selecionados pela empresa, também é permitido que seja inserido uma data de expiração, onde a plataforma remove de forma automática o episódio postado de acordo com a data estipulada.

**Figura 2: imagem da plataforma Storyboard para fazer upload do episódio**

**ryboard**

Podcasts Carregar podcast Adicionar novo usuário Grupos Crie Usuários Organização

### Carregar episódio de podcast

Título do episódio\*

Título do episódio

Descrição (Opcional)

Digite sua descrição aqui.

Data de publicação do episódio (Opcional)

Seu episódio será lançado agora para seus usuários ou você pode definir uma data de publicação para um lançamento programado no futuro.

📅 Encontro Hora

Grupo\*

Escolha quais ouvintes em sua organização receberão este podcast.

Tudo

Carregar arquivo de áudio de podcast\*

.mp3s e .m4as são tipos de arquivo aceitos até 150mb. Arraste um áudio ou procure um arquivo

Escolha um arquivo ou arraste-o aqui

Carregar imagem de apresentação personalizada (Opcional)

.jpg e .png são tipos de arquivo aceitos. Navegue pela imagem.

ESCOLHA UM ARQUIVO

Data de expiração do episódio (Opcional)

Você pode definir uma data de expiração para remover este episódio do seu feed, mas manter seus dados no painel do podcast.

📅 Encontro

ENVIAR

Ainda seguimos explorando a plataforma, o projeto é de que brevemente passemos a usar a versão paga, onde conseguiremos mais recursos, com isso, além do podcast, pretendemos usa-la, como forma de comunicação e treinamentos, visto que é possível delimitar grupos dentre os usuários e direcionar materiais exclusivos para os mesmos.

Todos esses sites usados na produção, foram escolhidos a partir de pesquisas na internet, e podem estar sujeitos a alterações, visando o futuro, arrisco dizer que para edição do áudio, precisaremos de modelos mais completos para nos atender, mas até então, os sites estão atendendo nossas demandas.

## 8.1 Divulgação

Para divulgação o principal meio escolhido foi o email, onde primeiramente enviamos um aviso sobre esse novo projeto e uma previa sobre o primeiro episódio, com o seguinte texto:

Olá, espero que estejam todos bem.

É com imenso prazer que escrevo esse e-mail para divulgar o nosso mais novo projeto, o “**LITcast**”.

A nova plataforma de podcast da LIT é um espaço interativo onde iremos abordar diversos temas interessantes envolvendo a nossa empresa. Sempre de forma privada e **exclusiva para o nosso TeamLIT**, teremos a participação de diversos colaboradores contando sobre suas experiências com os nossos projetos e a nossa empresa.

**Figura 3: imagem anexada no e-mail de divulgação do 1º episódio**



O **Episódio 01 – Como tudo começou**, já foi publicado, com o Flavio Souza, Cofundador e Diretor de Desenvolvimento de Negócios, contando um pouco sobre como surgiu a LIT, no ano de 2012.

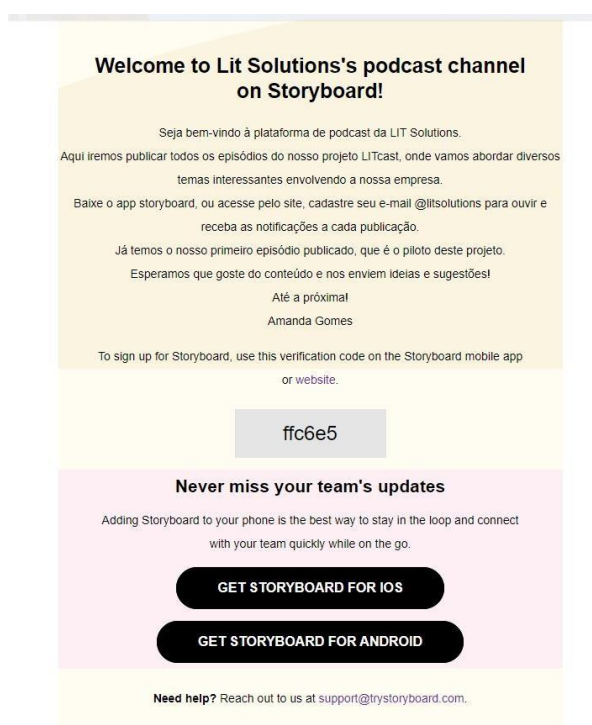
Não perca tempo, baixe o aplicativo **Storyboard** e cadastre seu e-mail @litsolutions.com.br para ouvir o **LITcast**. O aplicativo está disponível para ANDROID e IOS. Você também receberá um e-mail automático do invites@trystoryboard.com, com todas as instruções e o link para baixar o app no seu celular.

Como estamos na fase piloto deste projeto, o seu feedback e sugestões sobre a plataforma e o conteúdo serão muito bem-vindos, pois já estamos trabalhando no Episódio 02 para trazer mais assuntos interessantes e curiosidades sobre a nossa empresa. Em breve você

será notificado pela própria plataforma (Storyboard) sobre esse e todos os demais episódios do nosso **LITcast**.

Após o envio, imediatamente entramos na plataforma e cadastramos os cinquenta e-mails, a própria plataforma permite que enviemos um pequeno texto, que os colaboradores receberão ao serem notificados pela plataforma sobre seu convite para cadastro, que chega no email da seguinte forma:

**Figura 4: imagem do convite enviado por e-mail pela plataforma**



Seguimos com a divulgação com o mesmo formato para o segundo episódio, onde nosso plano é continuar com essa divulgação a cada lançamento, buscando lembrar os colaboradores do aplicativo e incentivar aqueles que ainda não fizeram o cadastro. Segue texto enviado via e-mail:

Hoje publicaremos o segundo episódio do nosso LITcast, que estará disponível no Storyboard a plataforma de podcast da LIT, que conta com um espaço interativo onde iremos abordar diversos temas interessantes envolvendo a nossa empresa. Sempre de forma privada e exclusiva para o nosso TeamLIT, teremos a participação de diversos colaboradores contando sobre suas experiências com os nossos projetos e a nossa empresa.

**Figura 5: imagem anexada no e-mail de divulgação do 2º episódio**





O Episódio 02 – A visão do nosso CEO, que será publicado ainda hoje, com o Tácio Henrique, CEO da LIT, contando um pouco sobre a estrutura e visões da empresa. Não perca tempo, baixe o aplicativo Storyboard e cadastre seu e-mail @litsolutions.com.br para ouvir o LITcast. O aplicativo está disponível para ANDROID e IOS. Você também irá receber um e-mail automático do invites@trystoryboard.com, com todas as instruções e o link para baixar o app no seu celular.

Como estamos no início deste projeto, o seu feedback e sugestões sobre a plataforma e o conteúdo serão muito bem-vindos, pois já estamos trabalhando nos próximos episódios e gostaríamos da opinião de vocês para trazer mais assuntos interessantes e curiosidades sobre a nossa empresa.

Em breve você será notificado pela própria plataforma (Storyboard) sobre esse e todos os demais episódios do nosso LITcast.

Seguindo a linha de divulgação o 3º episódio foi lançado, mas com o seguinte texto de divulgação:

Hoje publicaremos o terceiro episódio do nosso LITcast! Ele estará disponível no Storyboard a plataforma de podcast da LIT, que conta com um espaço interativo, onde você pode deixar seu feedback e sugestões.

Nossos episódios serão publicados sempre de forma privada e exclusiva para o nosso TeamLIT, teremos a participação de diversos colaboradores contando sobre suas experiências com os nossos projetos e a nossa empresa.

O Episódio 03 – Foco no #TeamLIT, que será publicado ainda hoje, com o Riverson, nosso gerente de delivery, que fala um pouco sobre o time, modelo de contratação e relacionamento com cliente.

**Figura 6: imagem anexada no e-mail de divulgação do 3º episódio**



Não perca tempo, baixe o aplicativo Storyboard e cadastre seu e-mail @litsolutions.com.br para ouvir o LITcast. O aplicativo está disponível para ANDROID e IOS. Você também receberá um e-mail automático do invites@trystoryboard.com, com todas as instruções e o link para baixar o app no seu celular.

Como estamos na fase piloto deste projeto, o seu feedback e sugestões sobre a plataforma e o conteúdo serão muito bem-vindos, pois já estamos trabalhando no Episódio 02 para trazer mais assuntos interessantes e curiosidades sobre a nossa empresa. Em breve você será notificado pela própria plataforma (Storyboard) sobre esse e todos os demais episódios do nosso **LITcast**.

A ideia é permanecer com esse modelo de divulgação, a plataforma também notifica os usuários cadastrados a cada publicação:

**Figura 7: imagem da notificação enviada pelo aplicativo**









## 9 VERIFICAÇÃO

O Aplicativo/site escolhido para o upload do podcast, apresenta um painel de controle bastante interessante, onde oferece dados como: a quantidade de vezes que os episódios foram escutados por completo, os comentários e

perguntas feitos em cada post, a taxa de audições até o encerramento, comparada ao volume de pessoas que começaram escutar a gravação.

**Figura 8: imagem da plataforma**

Nome do episódio	Descrição	Nome do grupo	Encontro	Comentários	Ouvintes	Concluído	Taxa de realização	Ações
 LITcast - Episódio 03 - Foco no #TeamLIT	Riverson, nosso gerente de entrega, ...	Tudo	31-05-2022	0	2	0	0%	
 LITcast - Episódio 02 - A visão do nosso CEO	Bate papo com Tácio Henrique, ...	Tudo	22-05-2022	3	14	7	50%	
 LITcast - Episódio 01 - Como tudo começou	Nosso primeiro podcast, ...	Tudo	28-04-2022	10	18	11	61%	









Exibindo **todos os 3** Podcasts

Disponível: <https://trystoryboard.com/podcasts>; acessado 01/06/22 às 14h

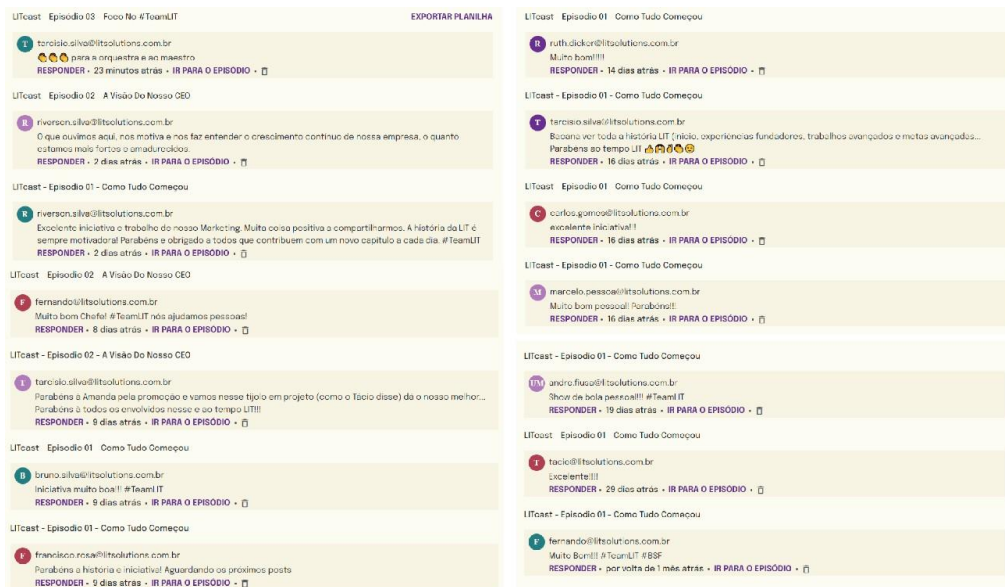
Além desse dashboard de informações relevantes, a plataforma também permite a visualização de convites para ouvintes, onde é possível saber quais colaboradores receberam o convite e fizeram seu cadastro.

Como a plataforma permite comentários, é esperado que esse formato seja direcionado para perguntas, sugestões e feedback dos ouvintes, assim, a cada episódio podemos realizar melhorias de acordo o com o proposto.

**Figura 9: imagem da plataforma que mostra os usuários cadastrados**

MANAGE USERS		USER STATS		
 18 Users signed up	 32 Users haven't signed up	 Deleting users will block them from accessing your feed.		
Select group	All	Search Email	EXPORT SPREADSHEET	
Email	Total Listens	Status	SSO?	Actions
 alexander@litsolutions.com.br	0			<a href="#">VIEW CODE</a> <a href="#">SEND NEW CODE</a>
 alexandre.abrao@litsolutions.com.br	1			

**Figura 10: imagem da plataforma, comentários feitos nos episódios publicados**

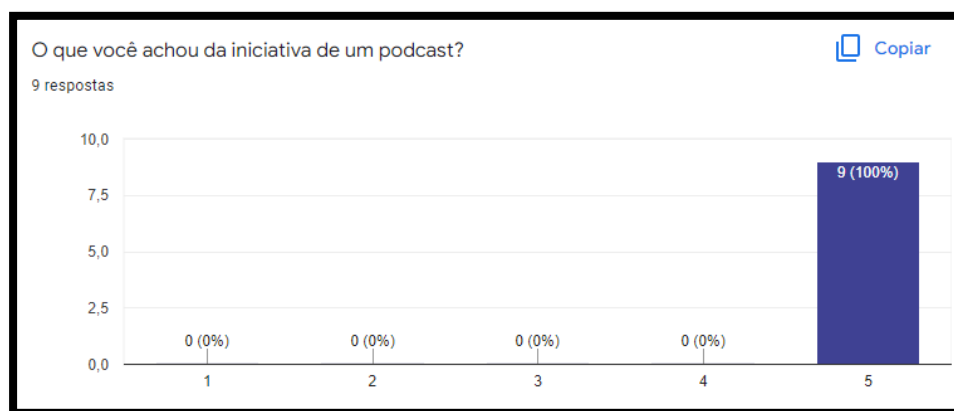


Após o lançamento do segundo episódio, elaboramos um formulário para feedback e enviamos por e-mail, nele foram feitas perguntas objetivas e discursivas.

Perguntas múltipla escolha, com nível de satisfação de 1= muito insatisfeito; 5= muito satisfeito, perguntas:

1. O que você achou da iniciativa de um podcast?

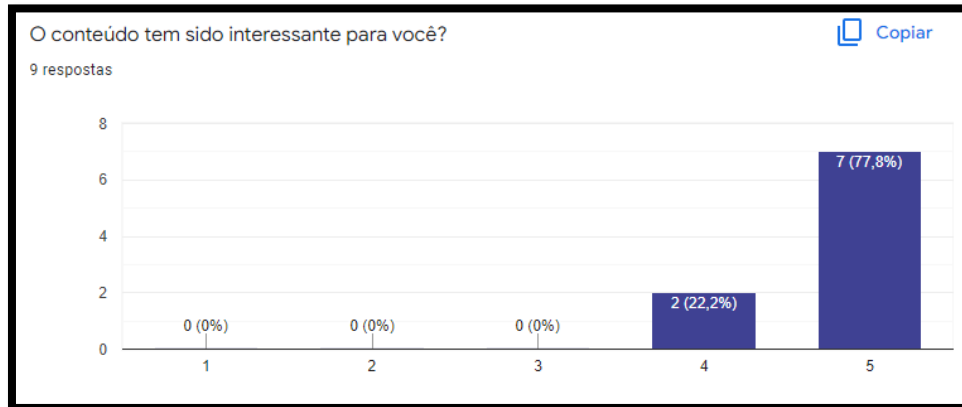
**Figura 11: imagem dos resultados da pesquisa**



Disponível: [https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltk5XgwOOe0dPOB\\_HGIQ/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltk5XgwOOe0dPOB_HGIQ/edit?usp=sharing); acessado 01/06/22 às 14h

2. O conteúdo tem sido interessante para você?

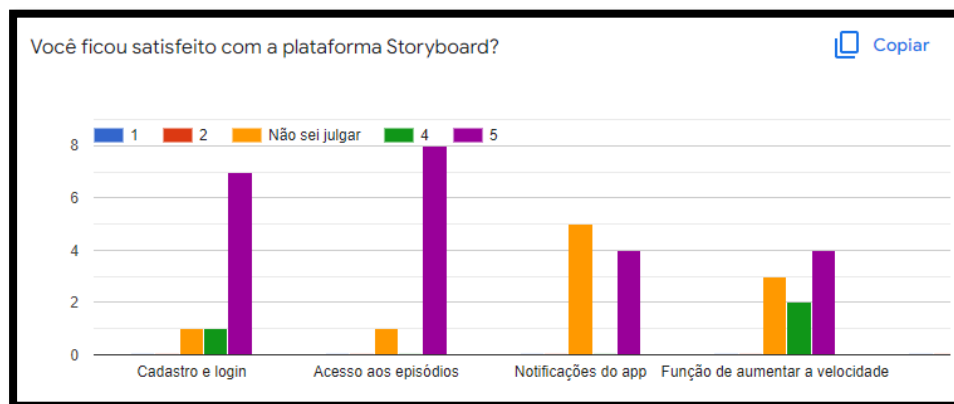
**Figura 12: imagem dos resultados da pesquisa**



Disponível: [https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB\\_HGIQ/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB_HGIQ/edit?usp=sharing); acessado 01/06/22 às 14h

### 3. Voce ficou satisfeito com a plataforma Storyboard?

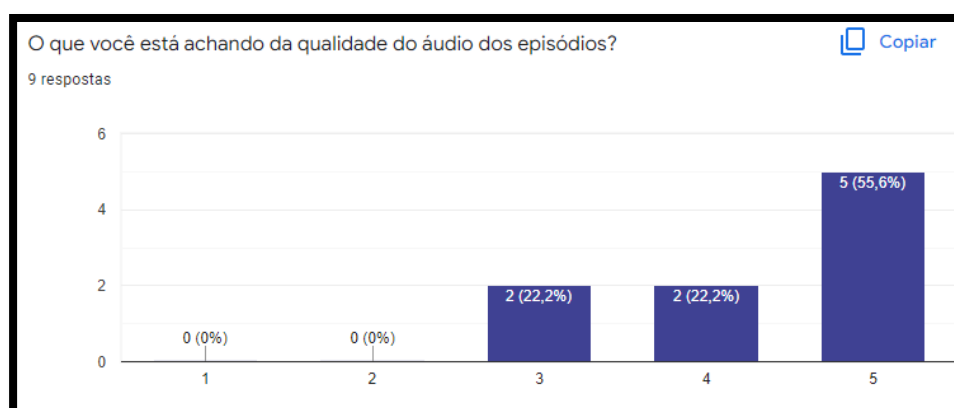
Figura 13: imagem dos resultados da pesquisa



Disponível: [https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB\\_HGIQ/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB_HGIQ/edit?usp=sharing); acessado 01/06/22 às 14h

### 4. O que você está achando da qualidade dos episódios?

Figura 13: imagem dos resultados da pesquisa



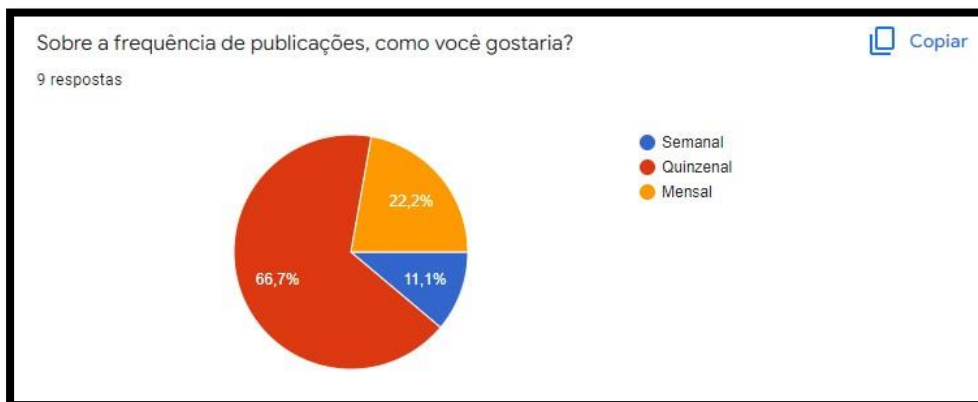
Disponível: [https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB\\_HGIQ/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB_HGIQ/edit?usp=sharing); acessado 01/06/22 às 14h

\_HGIQ/edit?usp=sharing: acessado 01/06/22 às 14h

Perguntas múltipla escolha:

5. Sobre a frequência de publicações, como você gostaria?

**Figura 13: imagem dos resultados da pesquisa**



Disponível: [https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB\\_HGIQ/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB_HGIQ/edit?usp=sharing): acessado 01/06/22 às 14h

6. Qual tempo você considera ideal para um episódio?

**Figura 13: imagem dos resultados da pesquisa**



Disponível: [https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB\\_HGIQ/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNJlk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB_HGIQ/edit?usp=sharing): acessado 01/06/22 às 14h

Perguntas discursivas:

7. Tem algum feedback geral sobre LITcast?

**Figura 13: imagem dos resultados da pesquisa**

Tem algum feedback geral sobre LITcast?

7 respostas

acredito que o investimento a ser considerado é apenas em relação aos equipamentos: uma produção de qualidade que demonstre a cara da LIT como realmente é, pois o conteúdo e o desenvolvimento estão excelentes

Precisamos de equipamentos "mais profissionais".

Gostei muito da iniciativa. Uma boa oportunidade para conhecermos a história da LIT, seus integrantes e os rumos que a empresa pretende tomar.

1o Episódio gostei, 2o Episódio a conversa foi legal com boa energia, mas achei q parte da conversa descolou do título. Se o título fosse outro estaria OK.  
De forma geral, excelente iniciativa! Muito bacana. Com o espírito startup de lançar os episódios, receber feedback, ajustar, lançar de novo... vai ganhando corpo e reforçando as conexões na empresa.

Acredito que o tempo do episódio deve variar dependendo do assunto e/ou do entrevistado...

Continuem assim divulgando as vivências/desafios em cada cliente da LIT, os desafios, futuros e oportunidades p/ os colaboradores.

Parabéns a todos vocês por este trabalho!!!

Disponível: [https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNjIk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB\\_HGIQ/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNjIk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB_HGIQ/edit?usp=sharing): acessado 01/06/22 às 14h

## 8. Gostaria de sugerir algum conteúdo ou convidado?

**Figura 13: imagem dos resultados da pesquisa**

Gostaria de sugerir algum conteúdo ou convidado?

6 respostas

Riverson 100%

André Fiusa passando a visão de como é ser um profissional em formação na LIT.

Fernando Sena

Talvez no início cada Diretor poderia falar um pouco de sua história, de sua área, desafios, perspectivas.

Expectativas futuras dos negócios da LIT e gestões de projetos SAP.

Sugiro alternar os convidados entre diretores/gestores e demais profissionais.

Disponível: [https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNjIk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB\\_HGIQ/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/forms/d/18E5ZgmxFNjIk8kaoZB7Jnbltks5XgwOOe0dPOB_HGIQ/edit?usp=sharing): acessado 01/06/22 às 14h

O formulário pode ser respondido em menos de 2 minutos e foi enviado no corpo do e-mail, para que pudesse ser respondido sem sair da página do



gmail, é permitido que as respostas sejam anônimas, até o dado momento tivemos 10 respostas, sendo duas delas com o formato anônimo.

A plataforma nos permite visualizar quantos colaboradores já se cadastraram, dentre os 50 convites enviados no dia 6 de maio, agora quase um mês depois, temos o total de 18 pessoas cadastradas e uma média de 16 ouvintes a cada episódio.

## **10 RELATO DA EXPERIÊNCIA E APRENDIZADOS**

Para que o projeto fosse executado, precisei fazer com que outras pessoas acreditassem nele, visto que o local para gravação, conteúdo e entrevistados, seriam complicações, caso a empresa não tivesse investido esforços no projeto.

Comecei contando a ideia para meu chefe, Sócio-diretor da empresa, responsável pela área de Desenvolvimento de Novos Negócios, para defender a ideia, usei os estudos desenvolvidos no trabalho de conclusão de curso I, nele é entendido sobre a relevância do podcast no Brasil e como esse formato é abraçado pelos brasileiros, no estudo também é entendido que para começar, não seria necessário comprar nenhum equipamento e essa foi minha proposta, criar, executar e publicar um podcast de comunicação interno, sem nenhum investimento.

Aconteceu como o planejado, os três primeiros episódios, foram roteirizados por mim, gravados no escritório com a ajuda do Sócio-diretor Flavio, editados e publicados por nós, onde passamos horas em um trabalho extremamente manual, ouvindo cada episódio diversas vezes, para reduzir trechos irrelevantes para nossa audiência, além disso tratamos para que a publicação fosse feita da melhor forma possível, com cuidado em cada detalhe, divulgando cada um no dia de seu lançamento e aguardando os resultados e feedbacks.

Felizmente todos que escutam nos parabenizam pela iniciativa, o que traz entusiasmo para continuarmos publicando, tivemos 3 episódios publicados em cerca de 30 dias e eles trouxeram muitos aprendizados, o LITcast já é uma certeza dentro da empresa e em breve terá seu equipamento adequado para



gravações, embora o simples tenham funcionado, atualmente estamos buscando formas para melhorá-lo, com orçamento de equipamento profissional e expectativas para contratar a versão paga da ferramenta Storyboard.

Além disso, ah novos projetos sendo criados para o uso da plataforma, seu recurso pago, permite a criação de grupos, o que deve ser usado para treinamentos e comunicações focadas em determinadas áreas da empresa.

No geral a experiência não poderia ter sido melhor, começamos com um pequeno projeto, onde alguns diretores não enxergavam futuro e agora temos uma enorme expectativa sobre os frutos que esse projeto pode gerar.

## **11 CONCLUSÃO**

Ao iniciar esse trabalho não pensei que poderia ser uma experiência tão prazerosa, mas o seu desenvolver foi algo incrível.

No começo desse projeto, buscava entender sobre o formato de podcast, seu surgimento, suas características e seu público, e é possível concluir que este é um modelo promissor de comunicação com grande aderência, que tende a continuar em crescimento.

Dito isso, o objetivo é usar este modelo leve, como forma de comunicação institucional, para qualificar e aproximar equipes, modelo o qual, acredito na eficácia. A LIT foi uma das empresas que aderiu 100% de home office no início da pandemia e só no ano de 2022 voltou certa de 20% de seus recursos para o modo presencial, ainda em formato híbrido, dois anos se passaram, algumas pessoas saíram da empresa, outras entraram e atualmente esse número não para de crescer em virtude da grande demanda do mercado, com isso, a empresa em modelo remoto corre o risco de não conseguir passar para seus colaboradores, sua visão, missão e valores, por isso esse se faz um projeto tão importante para integração e aproximação.

Nos primeiros capítulos deste trabalho muito foi dito sobre a rotatividade da empresa, por ter profissionais que atuam sobre demanda, mas o objetivo é que esses profissionais se sintam em casa e vejam a empresa como um time, podendo assim, ter a empresa como prioridade quando buscar alocações.

Dado estas informações, temos um bom entendimento sobre a forma de argumentação para a aprovação da execução deste projeto, busquei seguir a risca o estudado para não haver arrependimentos, assim, a teoria foi aplicada e aqui vão algumas observações;

O roteiro me parecia algo bobo, achei que não seria necessário, que a gravação fosse algo espontâneo e fácil de conduzir, no entanto, ao criá-lo e segui-lo, consegui entender sua importância, sua organização facilita muito as gravações e é capaz de preparar os convidados sobre a conversa, além de ajudar os entrevistadores sobre sua ordem de fala para que não haja interrupções.

Já sobre os equipamentos e gravações, como o estudado, imaginei que apenas um simples fone de ouvido com microfone seria o suficiente, ele é, mas uma empresa como a LIT, tem a responsabilidade de entregar qualidade, coisa que um simples fone não promete entregar, observando isso, a empresa já estuda orçamentos para a montagem adequada dos equipamentos.

Para a edição, consegui observar que a qualidade do áudio facilitaria muito a montagem do episódio, onde é possível executar com sites online, mas no nosso caso, seria interessante ter uma captura mais limpa nas gravações.

A divulgação tem sido divertida, onde sentimos um sentimento recompensador a cada resposta positiva sobre a iniciativa, uma frustração é sobre a quantidade baixa de colaboradores que fizeram seu cadastro na plataforma, atualmente, menos da metade do número de convidados, apesar disso, seguimos divulgando, buscando alcançar aqueles que ainda não se sentiram convencidos a realizar o cadastro.

No geral a experiência foi positiva, e deve continuar seu crescimento na empresa, é gratificante observar outras pessoas acreditando e fazendo planos baseados neste projeto. Fui surpreendida com um feedback positivo na entrevista com o CEO da empresa, sendo esse um momento para me orgulhar deste trabalho de conclusão de curso.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

MUNARI, Bruno; DE VASCONCELOS, José Manuel. **Das coisas nascem coisas**. 1981.

LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. 2010. p. 1-15.

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.

EXTRA, 2022. **Pandemia provoca aceleração do consumo de podcasts no Brasil, revela pesquisa**. <[www.extra.globo.com/economia-e-financas/pandemia-provoca-aceleracao-do-consumo-de-podcasts-no-brasil-revela-pesquisa-25120095.html.com.br](http://www.extra.globo.com/economia-e-financas/pandemia-provoca-aceleracao-do-consumo-de-podcasts-no-brasil-revela-pesquisa-25120095.html.com.br) >. Acesso em 02 de abril de 2022

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS. 2022. **Pod pesquisa 2020-2021, revela**. ≤ [www.abpod.org/](http://www.abpod.org/) >. Acesso em 29 de março de 2022.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. Aleph, 2015.

BARBOSA, Liége Freitas. Rastreado uma notícia na internet: sobre uma possível leitura de produções da mídia na cultura da convergência. **Comunicações do 13.º Seminário Internacional de Pesquisa em Leitura e Patrimônio Cultural**, 2016.

DE CARVALHO, Paula Marques. Processo de criação de podcast: análise dos recursos criativos do nerdcast. 2014.

INOMATA, Danielly Oliveira et al. DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM TEMPOS DE PANDEMIA: PODCAST BIBLIOQUÊ? PRESENTE. **Cidadania em Ação: Revista de Extensão e Cultura**.

LIT SOLUTIONS, 2022. Nossas soluções. revela pesquisa: <<https://www.litsolutions.com.br/solucao>>. Acesso em 03 de março de 2022

VANASSI, Gustavo Cardoso. Podcasting como processo midiático interativo. **Monografia. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul**, 2007.