

UNIVERSIDADE FEDERAL DO MARANHÃO
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL – RÁDIO E TV

NAASSOM SABOIA SALDANHA JÚNIOR

REVIVERSO: O SEU PODCAST DE MÚSICA AUTORAL MARANHENSE

São Luís, MA

2025

NAASSOM SABOIA SALDANHA JÚNIOR

REVIVERSO: O SEU PODCAST DE MÚSICA AUTORAL MARANHENSE

Trabalho de Conclusão de Curso, em modalidade Projeto Experimental, apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Rádio e TV.

Orientador:

Prof. Me. Jefferson Saylon Lima de Sousa

São Luís, MA

2025

Ficha gerada por meio do SIGAA/Biblioteca com dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Diretoria Integrada de Bibliotecas/UFMA

Saldanha Junior, Naassom Saboia.

Reviverso : o seu podcast de música autoral maranhense
/ Naassom Saboia Saldanha Junior. - 2025.
53 p.

Orientador(a): Jefferson Saylon Lima de Sousa.

Curso de Comunicacao Social - Rádio e Tv, Universidade
Federal do Maranhão, São Luís, 2025.

1. Podcast. 2. Música Autoral. 3. Cultura Regional.
4. Maranhão. I. Sousa, Jefferson Saylon Lima de. II.
Título.

NAASSOM SABOIA SALDANHA JÚNIOR

REVIVERSO: O SEU PODCAST DE MÚSICA AUTORAL MARANHENSE

Trabalho de Conclusão de Curso, em modalidade Projeto Experimental, apresentado ao Curso de Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, para obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social – Rádio e TV.

Aprovado em: 27 / 02 / 2025

BANCA EXAMINADORA

Prof. Me. Jefferson Saylon Lima de Sousa (Orientador/Presidente)

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Márcio Leonardo Monteiro Costa (Avaliador 1)

Universidade Federal do Maranhão

Prof. Dr. Bruno Soares Ferreira (Avaliador 2)

Universidade Federal do Maranhão

OUÇA AGORA, REVIVERSO!



Clique e acesse na plataforma de sua preferência



SPOTIFY



DEEZER



YOUTUBE

AGRADECIMENTOS

Agradeço em primeiro lugar minha família que sempre me apoiou em todos esses longos anos de graduação, a minha mãe Helena Vieira, meu pai Naassom Saldanha, por todas as broncas e incentivos para que eu finalizasse a graduação. e também minha irmã Vitória Celeste pela parceria. A minha companheira, Tamiris Carneiro, que chegou em minha vida há alguns anos e que também sempre esteve ao meu lado me incentivando para que eu não desistisse, muito embora esse desejo tenha se tornado latente no decorrer dos últimos anos, e ao meu filho Abel Saldanha, que está prestes a nascer e me deu um novo sentido para finalizar o curso e assim proporcionar um futuro melhor para ele.

Agradeço também a todos os professores que muito me ajudaram durante a minha trajetória no curso, em especial ao professor Junerlei Dias (*in memoriam*), grande amigo que se foi, mas deixou boas lembranças. “*Descanse em paz, querido professor.*”

Agradeço em especial ao meu grande amigo e orientador, Saylon Sousa, o qual já tinha um apreço e admiração muito tempo antes dele se tornar professor, e agora como professor mestre e meu orientador essa admiração só cresceu, agradeço por todo apoio, e principalmente pela paciência exercida durante os meses de elaboração do presente trabalho.

Por fim, agradeço a todos os meus amigos próximos que me ajudaram a não desistir do curso e seguir na busca do meu diploma, agradeço a: Matheus Soeiro, Alex Marinho, Ramiro Duarte, Talison Ruan, Inaldo Barros, Laize Rodrigues, Sarah Figueiredo e todos que desejaram e mandaram energias positivas para a conclusão da minha graduação.

RESUMO

O podcast se tornou uma das mídias mais acessíveis e populares da atualidade, muito dessa fama impulsionada pelo crescente acesso à internet por parte da população mundial e também pelos dispositivos móveis e plataformas de streaming. Nesse contexto, este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) propõe um podcast focado na música local do Estado do Maranhão, entrevistando artistas que produzem música autoral e abordando suas trajetórias, desafios e inspirações. A escolha desse tema visa valorizar a produção musical independente no Maranhão, um estado de rica diversidade cultural, mas que enfrenta desafios de visibilidade na indústria fonográfica. Batizado de Reviverso, este podcast busca criar um espaço para a divulgação e discussão da música local, promovendo reconhecimento para esses artistas. Este projeto será embasado em referências teóricas sobre o podcast como mídia, desde a sua história até o momento atual em que vivemos, além de trazer em detalhes as etapas de concepção, produção e execução do podcast, demonstrando sua relevância para a cena musical maranhense e incentivando novas iniciativas de divulgação da cultura regional.

Palavras-chave: Podcast; Música Autoral; Cultura Regional; Maranhão.

ABSTRACT

Podcasts have become one of the most accessible and dynamic communication formats, driven by mobile devices and streaming platforms. In this context, this Undergraduate Thesis (TCC) proposes a podcast focused on Maranhão's local music scene, interviewing independent artists about their journeys, challenges, and inspirations. This theme aims to highlight independent music production in Maranhão, a culturally rich state that faces visibility challenges in the music industry. Named Reviverso, the podcast seeks to provide a platform for promoting and discussing local music, increasing recognition for these artists. The project is based on theoretical references about podcasts as a communication tool. Thus, this study will detail the conception, production, and execution of the podcast, demonstrating its relevance to Maranhão's music scene and inspiring new initiatives for regional cultural promotion.

Keywords: Podcast; Independent Music; Regional Culture; Maranhão.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Tipo de player utilizado para ouvir podcasts em 2009	20
Figura 2. Tipo de player utilizado para ouvir podcasts em 2018	20
Figura 3. Temas preferidos de consumo em 2019 no Brasil	23
Figura 4. Temas preferidos de consumo em 2024 no Brasil	24
Figura 5. Distribuição geográfica de ouvintes por estado	31
Figura 6. Parte da equipe Conectados SLZ celebra menção honrosa	34
Figura 7. Identidade visual do podcast (provisória)	40

LISTA DE QUADROS

Quadro 1. Podcast maranhenses independentes	32
Quadro 2. Etapas de elaboração de podcasts.....	41

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
2. PODCAST: ORIGEM, POPULARIZAÇÃO E O CONTEÚDO MUSICAL	13
2.1. O conceito de podcast: programa de rádio ou não?	14
2.2. Origem e história do podcast	16
2.3. Chegada do podcast no Brasil.....	17
2.4. O consumo de podcast no Brasil	18
2.4.1. Gradativa mudança de consumo	19
2.4.2. O podcast no Brasil pós-pandemia	21
2.5. Os podcasts musicais	24
3. A MÚSICA MARANHENSE E OS PODCASTS	27
3.1. O rádio maranhense e a divulgação musical.....	28
3.2. O rádio e o processo de desmaterialização da música	29
3.3. O surgimento de podcasts no Maranhão.....	31
3.4. Podcast de música maranhense: uma breve história do Podcast Conectados SLZ	33
4. CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DO PODCAST REVIVERSO	37
4.1. A ideia do Podcast Reviverso	38
4.1.1. Argumento e justificativa do nome “Reviverso”	39
4.1.2. A identidade visual do podcast Reviverso	40
4.2. A produção do podcast Reviverso	41
4.2.1. Gênero e formato	41
4.2.2. Pré-Produção	42
4.2.3. Produção	43
4.2.3. Pós-Produção	44
4.2.4. Distribuição	45
4.3. Proposta de continuidade e monetização	46
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	48
REFERÊNCIAS	49
APÊNDICES	52

1. INTRODUÇÃO

O podcast musical surge como uma nova forma de expressão e comunicação no cenário contemporâneo, e oferece uma maneira mais dinâmica e acessível para os artistas e ouvintes interagirem de maneira mais íntima, diferente de modelos tradicionais. Este formato, que combina elementos de rádio com a versatilidade e disponibilidade, características da distribuição pela web, permite que artistas independentes encontrem um espaço para apresentar seu trabalho e narrar suas histórias. Os podcasts são uma alternativa atrativa para aqueles que buscam consumir conteúdo de forma flexível, acessível nos mais variados dispositivos refletindo a mudança tecnológica que o mundo vem passando nas últimas décadas.

Assim, o presente trabalho se propõe a explorar a relevância do podcast musical, com foco especial na produção e difusão da música autoral no estado do Maranhão, por meio de entrevistas com artistas locais, onde busca valorizar suas trajetórias, desafios e inspirações, contribuindo para uma maior visibilidade da cena musical maranhense. A importância de compreender como o podcast pode atuar como um veículo de promoção cultural e identidade regional é fundamental para analisar este fenômeno comunicacional, que está em constante evolução e adaptação.

No primeiro capítulo, intitulado *"Podcast: origem, popularização e o conteúdo musical"*, aborda-se os antecedentes históricos do *podcasting*, sua ascensão na era digital e como o conteúdo musical encontrou seu espaço nesse meio. A discussão se concentrará em como o formato evoluiu e se tornou um recurso popular entre criadores e ouvintes, destacando sua influência na forma como a música é consumida e apreciada.

Já o segundo capítulo, intitulado *"A música maranhense e os podcasts"*, examina a rica diversidade musical do Maranhão e como os podcasts têm contribuído para a promoção e valorização dessa cultura. Serão apresentados exemplos de iniciativas que utilizam o formato para dar voz a artistas locais, proporcionando um espaço para a discussão de temas relevantes e a construção de uma identidade musical que reflita as particularidades da região.

Por fim, o capítulo final aborda a *"criação e elaboração do podcast Reviverso"*. Este projeto experimental busca não apenas entrevistar artistas, mas também proporcionar um espaço de troca e reflexão sobre a música maranhense, enfatizando a importância de dar visibilidade à produção musical independente. Serão discutidas as etapas de planejamento, produção e distribuição do podcast, bem como as expectativas em relação ao seu impacto na cena musical local.

2. PODCAST: ORIGEM, POPULARIZAÇÃO E O CONTEÚDO MUSICAL

O constante avanço da tecnologia proporcionou um grande aumento na capacidade de transferência de dados e consequentemente uma revolução no modo da sociedade se comunicar. Informações que antes demoravam horas, dias, semanas ou meses para chegarem ao conhecimento público, hoje demoram poucos minutos para popularizarem-se, ou como é chamado na linguagem popular da internet “viralizar”. Um dos avanços mais influentes neste cenário, foi o advento da internet 2.0, que pode ser entendido, segundo Alex Primo (2007, p.2), “como a segunda geração de serviços on-line, caracterizando-se pela capacidade de potencializar as formas de publicação, compartilhamento e organização de informações, além de ampliar os espaços para a interação entre os participantes do processo”, o que revolucionou a maneira de interação pela web, além disso, mais e mais a internet banda larga foi ganhando espaço e com ela, softwares mais intuitivos e de fácil aprendizado foram sendo desenvolvidos, o que gerou uma facilidade em criar e compartilhar conteúdos, uma vez que não se precisava de um conhecimento técnico elevado para a produção e o compartilhamento. Assim, se deu uma construção de várias comunidades on-line, cada uma com seu nicho específico.

Segundo Bufarah Júnior (2003, p.4) “a Internet [é] um dos maiores fenômenos de comunicação, com grandes impactos sociais, econômicos e políticos, comparável à invenção da imprensa, do rádio, da televisão e do computador”. Uma grande mudança percebida neste novo cenário midiático foi à gradativa migração de algumas mídias tradicionais, como o rádio, a televisão e o jornal impresso para este mundo digital proporcionado pela internet 2.0, onde a princípio essas mídias foram apenas transpostas, de modo que o conteúdo era produzido para o veículo tradicional, e retransmitido para o digital de forma padrão (sem modificações).

Entretanto, com o aprimoramento das plataformas e uma nova maneira de se perceber a divulgação digital de conteúdo, este modelo de apenas retransmissão foi alterado e conteúdos exclusivos para a internet foram sendo criados e veiculados. Mas não só as mídias tradicionais fizeram a utilização desta ferramenta. Com a democratização da tecnologia, muitas pessoas comuns começaram a criar suas próprias mídias, entre elas: webrádios.

Uma das primeiras mudanças marcantes para o rádio foi o início da migração para os ambientes web. No início, um grande número delas limitava-se a espelhar nos ambientes online o que ia ao ar pelas ondas hertzianas. Logo, algumas passaram a produzir alguns conteúdos com recursos exclusivos para os ambientes web. Outra inovação bastante surpreendente para os ouvintes foram as rádios web, que surgiram no início dos anos 2000, por não dependerem de concessão para começar a operar pelos canais de streaming da

internet e pela popularização da internet de banda larga e de softwares que facilitavam a produção de conteúdo foram essenciais neste processo. (Magnoli; Almeida; Leite, 2020, p. 151)

E durante esse mesmo período de novidade e experimentações do rádio no ambiente digital que surgem os chamados podcasts. Assumindo características próprias, embora carregando referências diretas do modelo comunicacional sonoro já praticado seja no rádio hertziano ou nas webrádios, essa mídia se popularizou com rápido alcance e se tornando um dos principais fenômenos da cibercultura em dias atuais.

2.1. O conceito de podcast: programa de rádio ou não?

O podcast pode ser conceituado como sendo a disseminação de arquivos digitais de áudio com periodicidade e utilizando tecnologias de indexação RSS (*Really Simple Syndicate*) que podem abranger os mais diversos temas e é disponibilizado na rede mundial de computadores; já o ato de criar e publicar um conteúdo utilizando-se deste tipo de mídia chama-se *podcasting* (Buffarah Júnior, 2017). A primeira citação conhecida da palavra *podcasting* foi publicada no dia 12 de fevereiro de 2004 em um artigo no jornal britânico *The Guardian*, e apareceu como sinônimo para audioblog (uma maneira de se publicar arquivos de áudio na Internet em um formato semelhante ao dos blogs de texto). Uma das versões de origem do podcast dão conta que o termo surgiu da junção do prefixo “*pod*”, oriundo do nome iPod (um popular player de música, fabricado pela empresa norte americana Apple), com o sufixo “*casting*”, vindo da expressão inglesa *broadcasting*, que por sua vez refere-se a transmissão pública e massiva de informações (Foschini; Taddei, 2006).

Vale ressaltar também a discussão de o podcast ser ou não um programa de rádio. Segundo Medeiros (2007), existem diversos modos de transmissão sonora digital, alguns deles encaixam-se nos modelos radiofônicos, porém outros não, mesmo que possuam algumas características isoladas. Para o autor, considera-se produção radiofônica aquelas que possuem o chamado fluxo de transmissão, e também a presença de elementos radiofônicos no produto.

O fluxo de transmissão é entendido como a forma que o som é transmitido e o seu comportamento durante a transmissão. [...] o fluxo de transmissão pode ser de dois tipos: via *streaming* ou *on demand*. No tipo de fluxo *streamings*, a propagação é contínua, sem interrupções. No tipo “*on demand*” [...] é intermitente e se repete no tempo [...] (Medeiros, 2007, p. 03)

Para Medeiros (2007), o podcast não poderia ser caracterizado como rádio pela ausência de fluxo contínuo e de transmissão em tempo real o que se aproximava da fonografia ou mesmo de uma nova mídia. Já Eduardo Meditsch classifica modelos de difusão de áudio - incluindo o podcast - como um tipo de serviço fonográfico, “não se caracterizando como radiofônico por não ser emitido em tempo real” (Meditsch, 1999 *apud* Bufarah Júnior, 2003, p. 10). Nesta visão o podcast por não atender ao formato de distribuição/transmissão definido, não pode ser caracterizado como um programa de rádio.

Entretanto tais visões não são unanimidade no meio acadêmico. Nos podcasts, percebe-se a presença de um fluxo de transmissão, do tipo “*on demand*”. Os episódios são distribuídos e disponibilizados em sites, blogs e principalmente agregadores de feeds, além de conterem vários elementos radiofônicos, o que Kischinhevsky (2024) caracteriza como “rádio expandido”.

Classifico *podcasting* como uma modalidade radiofônica, integrante do campo mais geral do que chamo de “rádio expandido”, meio de comunicação sonora que se hibridiza, transbordando das ondas hertzianas para diversos suportes (TV por assinatura, sites de redes sociais, plataformas de streaming) e dispositivos (telefonia móvel, computador, *smart speakers* - alto-falantes com tecnologia embarcada de inteligência artificial acionada por voz). Esse rádio expandido, de caráter multiplataforma, encontra diversos canais de distribuição e circulação, como o *podcasting*, que ganha crescente importância no mercado de mídia sonora.” (Kischinhevsky, 2024, p.39)

Em uma leitura que se desconecta da comunicação sonora em si, Sousa (2022) apresenta uma abordagem junto à cibercultura e define o podcast como uma hipermídia:

Nativo do ciberespaço, o podcast é uma hipermídia por direito. Embora quando se pense nele de imediato se remeta a sua estrutura de produção e consumo que emula em muitos momentos o modelo radiofônico já que se é comum consumi-lo como áudio. Todavia, está longe o podcast de ser apenas áudio e muito menos limitado pelo modelo radiofônico haja vista que sua própria estrutura de distribuição o difere dessa mídia analógica e o corrobora como hipermídia, pois é digital e marcado por uma polifonia multimidiática. (Sousa, 2022, p.39)

O autor argumenta que a inerente presença dos metadados na estrutura do podcast (textos e imagens, por exemplo) fazem dele uma composição multimídia, além do fato de ele só existir enquanto podcast já que estar presente na rede, ou seja, ser apresentado e circular entre hipertextos (*lexias* e nós). Desse modo, definir o podcast a partir de uma única linguagem sensorial como o som (no caso o áudio digital, enquanto formato) é limitar as percepções de

uma mídia que desde o princípio é apta a ser compartilhada em diferentes aspectos, tais como o vídeo, que vem se popularizando com as iniciativas do *videocast* em plataformas como o Youtube.

Já Bonini (2022), analisa a divisão conceitual de podcast entre os teóricos da academia, indicando que as ambas as visões possuem pontos relevantes, mas levanta uma definição de terceira via, onde o podcast seria de natureza autônoma com elementos de rádio, mas algo diferente, uma espécie de mídia híbrida. Este talvez seja o caminho teórico mais dinâmico nas discussões sobre o tema.

Para o prosseguimento desta pesquisa, não se entrará no mérito de definir ou escolher uma definição teórica do que é/vem a ser o podcast. No entanto, defende-se que é importante para uma compreensão das discussões vindouras no próprio texto ter um contexto – mesmo que resumido – dessas vertentes de pensamento sobre a mídia podcast.

2.2. Origem e história do podcast

No início do terceiro milênio a internet já era uma realidade em diversos países, e cada vez mais a tecnologia se fundia com a propagação de notícias e entretenimento. A chegada da possibilidade de utilizar a tecnologia de indexação RSS trouxe um *boom* no compartilhamento de áudios e vídeos, e de olho nisso o programador estadunidense Dave Winer desenvolveu um software capaz de disponibilizar uma série de entrevistas jornalísticas em áudio para o jornalista Christopher Lyndon, no ano de 2003; mas só no ano de 2004 que o conceito atual de podcast foi desenvolvido de maneira efetiva, tendo como um dos pioneiros um ex-apresentador da MTV dos Estados Unidos Adam Curry.

Segundo Vanassi (2007), Curry estava cansado da maneira tradicional e repetitiva das programações transmitidas pelas rádios e pelas TVs, e gostaria de ofertar ao público um conteúdo mais diferenciado e que não fosse amarrado as famosas grades de programação, que fazia com que o público precisasse esperar um horário específico para poder consumir determinado conteúdo. Para isso, Curry mirou na emergente ascensão da internet, local que cada vez mais ganhava um número significativo de usuários e os ouvintes poderiam fazer o download dos conteúdos de onde estivessem e a hora que quisessem. Com essa ideia em mente Curry criou um software para realizar a divulgação de seus conteúdos de forma que os usuários pudessem ser avisados todas as vezes que os programas fossem publicados na rede, entretanto a ferramenta a princípio não era 100% funcional, uma vez que Curry era um programador

inexperiente, e seu software apresentava diversos erros o que fez com que o mesmo buscasse ajuda em fóruns na própria internet, e posteriormente divulgou o código fonte para que outros usuários pudessem aprimorar a ferramenta. De forma colaborativa uma nova versão do programa batizada de *iPodder* foi melhorando e se tornou muito popular o que ajudou a propagar a então nova mídia denominada podcast.

O termo e o próprio podcast popularizaram-se no período de alguns meses. Grande parte do sucesso deve-se ao desejo das pessoas de ouvir músicas e encarnar um DJ. Mas o mundo descobriu que podcasts servem para muitas outras coisas além das trilhas sonoras. (Foschini; Taddei, 2006, p.12)

Um ano depois desse *boom* inicial, o podcast virou a nova febre no meio digital e o nome podcast foi eleito a palavra do ano de 2005 segundo o dicionário *New Oxford American* (Foschini; Taddei, 2006). Já nesse período, além do *iPodder* desenvolvido por Adam Curry, diversos outros programas foram sendo desenvolvidos para a distribuição do podcast, um dos principais foi a criação do *iTunes*, desenvolvida pela empresa estadunidense Apple, para seus dispositivos conhecidos como iPods.

2.3. Chegada do podcast no Brasil

Após o surgimento do podcast nos Estados Unidos, logo no início do ano de 2004, pouco tempo demorou para que tal mídia chegasse ao Brasil, e isso se deu por meio de um podcast chamado *Digital Minds*, criado em agosto de 2004, pelo blog de mesmo nome, onde o criador decidiu investir na nova mídia para diferenciar-se dos demais blogs, que à época eram um dos principais meios de consumo de conteúdo, visto que as chamadas redes sociais ainda não eram populares. Por mais que o blog tenha sido o primeiro a disponibilizar áudios no formato de podcast, o *Digital Minds* não foi o primeiro blog brasileiro a disponibilizar os arquivos de áudio, mas foi o primeiro a utilizar a ferramenta RSS, onde possibilitava a assinatura dos episódios. Ainda neste mesmo ano foram criados outros podcasts como o *Podcast do Gui Leite*, *Perhappiness*, e *Código Livre*, e a palavra podcast tornou-se uma das palavras mais procuradas na web brasileira naquele mesmo ano (Luiz; Assis, 2010).

No ano de 2005 foi organizada a primeira edição da Conferência Brasileira de Podcast chamada de PodCon Brasil, o primeiro evento brasileiro dedicado exclusivamente ao podcast, e aconteceu nos dias 2 e 3 de dezembro na cidade de Curitiba no Estado do Paraná. O evento foi organizado por Ricardo Macari e patrocinado pelo *podcaster* Eddie Silva e pela cervejaria

Kaiser. Durante a PodCon de 2005, foi organizada a Associação Brasileira de Podcast (ABPod), que desde então se dedica a mensurar e divulgar dados a respeito do podcast em território brasileiro, e organiza a chamada PodPesquisa, tanto com criadores de conteúdo quanto com o público ouvinte da mídia (Luiz e Assis, 2010). Entretanto, após um período de grande exposição e *hype* com esse novo formato de consumir áudios pela internet, em meados de 2005 a mídia entrou em recessão no mundo, com vários podcasts entrando em hiato e outros encerrando suas atividades, o que se chamou na época de *podfade*.

O fenômeno chamado *podfade* durou até meados do ano de 2006, onde houve novamente um crescimento na popularidade da mídia. Com poucos produtores que restaram da chamada primeira geração de *podcasters* ainda postando os programas regularmente, vários novos podcasts surgiram e a mídia voltou a ter um crescimento, especialmente a partir do ano de 2008, quando o Prêmio iBest, o que na época era considerado um dos principais prêmios brasileiros voltados para a internet, incluiu a categoria podcast para julgamento por voto popular, tendo como vencedor o podcast *Nerdcast*, criado em 2006 seguido pelos podcasts *Rapaduracast*, também criado em 2006 e *Monacast* criado em 2008 (Luiz; Assis, 2010). Ainda no ano de 2008 várias outras premiações também foram criadas, mas diferente da premiação organizada pelo iBest, estas foram voltadas exclusivamente para os podcasts.

Entre estas destaca-se o Prêmio Podcast, organizado por Eddie Silva, o que entrou para a história como sendo a primeira premiação exclusiva para podcasts, com várias categorias de votação popular e júri oficial, o que recebeu uma grande divulgação nos próprios podcasts tendo como vencedor da primeira edição o podcast *Escriba Café* criado pelo *podcaster* Christian Gurtner (Luiz; Assis, 2010). Do ano de 2008 até 2024 o podcast foi se mobilizando até se consolidar como uma das principais maneiras de se consumir conteúdos em áudio no Brasil.

2.4. O consumo de podcast no Brasil

O primeiro passo para entendermos como ocorreu esse aumento de consumidores de podcast nos últimos anos, devemos olhar para o aumento do acesso à internet no Brasil. Segundo dados do IBGE Entre 2005¹ e 2015², houve um aumento de 21% para 57,5% da população com acesso a internet no país, isso contando somente a internet banda larga. Se

¹ Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/13176-asi-pnad-2005-rendimento-tem-primeira-alta-em-9-anos>. Acesso em: 15 fev. 2025.

² Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/9461-pnad-2015-rendimentos-tem-queda-e-desigualdade-mantem-trajetoria-de-reducao>. Acesso em: 15 fev. 2025.

analisarmos o caso da internet móvel, o caso se repete, onde segundo uma outra pesquisa feita pelo IBGE em 2016³, o uso do telefone celular alcançou uma penetração média de aproximadamente 90% dos lares brasileiros, onde 69% afirmaram que acessam a internet apenas pelo celular.

Esta revolução *mobile* alterou o modo de consumo dos conteúdos, onde mais e mais se procura comodidade e a facilidade de acesso, e nesse quesito os serviços *on demand* se tornaram cada vez mais populares, com o consumidor possuindo a liberdade total de acesso, independentemente de horários ou de possuir um computador, conteúdos restritos às mídias convencionais, tais quais com TVs, rádios ou até mesmo o próprio cinema, dependentes de uma grade fixa. Estes, por sua vez, foram convertidos e resumidos à um único aparelho que realiza todas essas funções, onde há uma “descentralização na obtenção das informações pelos usuários e na produção de conteúdo” (Medeiros, 2005, p. 03). Outro aspecto importante a ser levado em consideração para essa ascensão é a tomada da internet pelas redes sociais. Assim como o advento do celular e da expansão da internet móvel, as redes sociais, alteraram a maneira de se propagar informações. Devido a instantaneidade dessas plataformas, a maneira de se comunicar através delas tornou-se muito direta, de poucas palavras, onde uma grande carga de informação deve ser passada muito rapidamente. E a ocasional criação de bolhas sociais facilita o acesso e o alcance de novas ideias, mensagens e produtos.

Diante desse cenário, e com o intuito de compreender mais o cenário do público consumidor de podcasts, a Associação Brasileira de Podcasters, chamada de ABPOD, realizou durante o ano de 2008 a primeira edição da PodPequisa⁴: a primeira pesquisa brasileira dedicada a mapear o perfil do ouvinte de podcasts no Brasil. Posteriormente diversas edições dessa pesquisa foram realizadas entre os anos de 2009 a 2024, e seus resultados nos ajudam a entender como se deu (e dá) esse atual crescimento.

2.4.1. Gradativa mudança de consumo

Como antes citado, durante os anos 2000-2010 ocorreram grandes mudanças tecnológicas, e tais mudanças se deram muito rapidamente. O celular passou a agregar funções

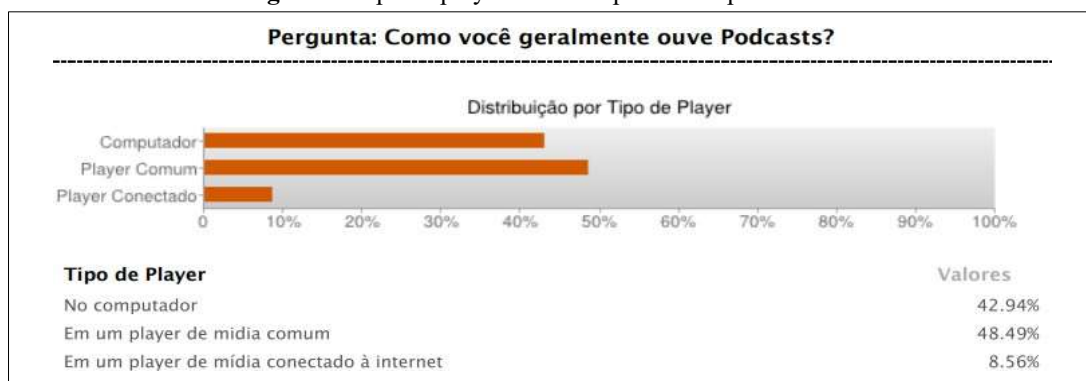
³ Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20073-pnad-continua-tic-2016-94-2-das-pessoas-que-utilizaram-a-internet-o-fizeram-para-trocar-mensagens#:~:text=Cerca%20de%2070%25%20dos%20domic%C3%ADlios,56%2C6%25%20no%20Nordeste.> Acesso em: 15 fev. 2025.

⁴ Atualmente, é a única edição que não tem seus dados e registros disponíveis para consulta online (Nota do autor).

que outrora requeriam vários aparelhos separados, como: câmera, mp3 player, gravador de voz dentre outros, e isso também impactou na maneira de se consumir podcasts.

De acordo com a PodPesquisa de 2009 um dos meios mais utilizado para o consumo e dos podcasts ainda era o computador com 42.94%, seguido de tocadores de mídia comuns offline com 48,49%, e tocadores de mídia conectados à internet com 8,56%, o que demonstra que a maior parte do consumo era off-line, com os episódios sendo baixados e posteriormente consumidos. Na PodPesquisa de 2018 o celular ficou com 92,1% e o computador aparece com apenas 25,6% dos acessos. Percebe-se que o público migrou das camadas mais restritas, e expandiu-se para as mais amplas, o público de massa, que busca um produto mais “bebível” e “palatável” com temas mais leves e descontraídos, e assim o gênero humorístico se sobressai.

Figura 1. Tipo de player utilizado para ouvir podcasts em 2009



Fonte: PodPesquisa 2009⁵

Figura 2. Tipo de player utilizado para ouvir podcasts em 2018



Fonte: PodPesquisa 2018⁶.

⁵ Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/10/PodPesquisa-2009.pdf>. Acesso: 13 jan. 2025.

⁶ Disponível em: <https://pt.slideshare.net/slideshow/podpesquisa-2018-podcast-no-brasil/125889648>. Acesso: 13 jan. 2025.

Já na última edição da PodPesquisa, realizada no ano de 2024, essa diferença entre ouvir no aparelho celular e no computador ficou ainda maior, com os *smartphones* alcançando a porcentagem de 88,44%, enquanto o computador apenas 8,09%.

2.4.2. O podcast no Brasil pós-pandemia

O consumo de podcasts no Brasil, desde a chegada da mídia em 2006 até o ano de 2019, passou por diversas mudanças, entretanto devido à pandemia de Covid-19, muitos hábitos mudaram em decorrência da nova realidade que se apresentava. O primeiro caso registrado no mundo aconteceu ainda em dezembro de 2019 na cidade de Wuhan na China, e desde então se espalhou para todo o planeta⁷. O primeiro caso confirmado no Brasil aconteceu no dia 26 de fevereiro de 2020, em São Paulo, em um homem de 61 anos que veio de viagem da Itália⁸. Com o avanço da doença no país foi preciso ser adotada uma política de isolamento e restrição de movimentação de pessoas, que foi chamada de *lockdown*, sendo a capital maranhense, São Luís, a primeira cidade do país a adotar a medida no dia 5 de maio de 2020⁹; posteriormente várias cidades também adotaram a medida. Diante desse novo cenário o consumo de mídia foi alterado e a população buscou preencher o tempo ocioso com uma maior busca por entretenimento e informação tanto nos meios tradicionais, como televisão e rádio, quanto por meio de plataformas digitais como os podcasts (Amorim; Araújo, 2021).

Uma das primeiras mudanças notadas foi a alteração do horário de consumo dos podcasts. Segundo a plataforma Deezer¹⁰, uma das mais populares em streaming de músicas e podcast, os principais horários para o consumo das mídias aconteciam no início da manhã, e ao final do dia, o que coincidia com os horários de ida e volta dos trabalhos e faculdades, entretanto com o isolamento social o consumo atingia o principal horário entre as 9 e 10 horas da manhã. Além da alteração do horário de consumo, houve um aumento na procura por conteúdos antes não tão populares como podcasts com temática infantil, sobre esportes e também meditação. Os podcasts de conteúdo infantil viram aumento de consumo de 218%, os de treinamento esportivo cresceram 194%, enquanto os de meditação cresceram 132%.

⁷ Disponível em: <https://www.gov.br/pt-br/noticias/saude-e-vigilancia-sanitaria/2020/02/brasil-confirma-primeiro-caso-do-novo-coronavirus>. Acesso em: 20 jan. 2025.

⁸ Disponível em: <https://agenciabrasil.ebc.com.br/internacional/noticia/2021-06/primeiro-caso-de-covid-19-pode-ter-surgido-na-china-em-outubro-de-2019>. Acesso em: 20 jan. 2025.

⁹ Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/brasil-52497230>. Acesso em 20 jan. 2025.

¹⁰ Disponível em: <https://newsroom-deezer.com/br/2020/03/deezer-revela-dados-e-mudanca-de-comportamento-de-consumo-de-audio-durante-o-periodo-de-isolamento-devido-ao-coronavirus/>. Acesso em 22 jan. 2025.

Em outubro de 2020, uma pesquisa feita pelo IBOPE para o CMI Globo apontou que dentre as pessoas que declararam ouvir podcasts, 57% começaram a ouvir na pandemia, 43% já ouviam, mas 31% passaram a consumir mais do que antes. A pesquisa também traz o formato de entrevistas como o favorito, sendo o principal consumido por 55% dos entrevistados, e ainda comprova que o acesso ao conteúdo ainda é centralizado, com 56% concentrado na plataforma de vídeo YouTube, e os 44% restantes distribuídos em plataformas de áudio, mas com o Spotify concentrando 40% dos acessos (Silva, 2022, p.27)

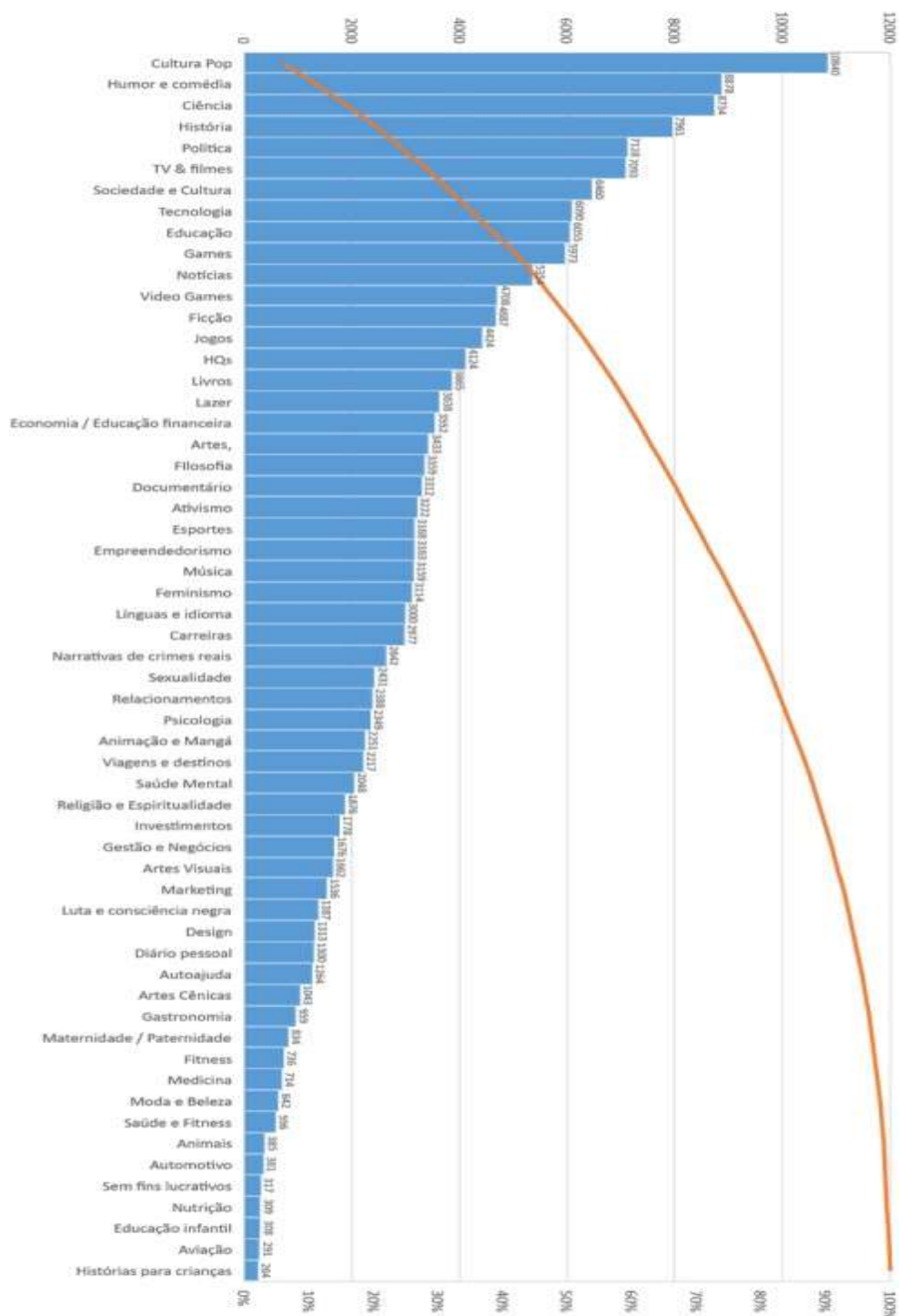
Outro padrão que foi notado durante a pandemia e se manteve após o encerramento das medidas de restrição, foi o aumento significativo da procura por podcasts de informação e notícias, o que pode ser entendido pelo maior acesso à mídia uma vez que o isolamento fez com que mais pessoas buscassem se informar sobre o que acontecia tanto localmente quanto internacionalmente.

Porém, talvez a mudança mais significativa apontada pelas pesquisas e especialistas durante a pandemia, no que diz respeito ao comportamento dos ouvintes, é o podcast como meio para educação e informação. [...] (Amorim; Araújo, 2021, p.9)

[...] o *podcasting* é cada vez mais o modo como as pessoas passam o tempo, tentando se educar e ficar mais inteligentes, em um momento em que as pessoas estão sozinhas. (Flynn, 2020 *apud* Amorim; Araújo, 2021 p.9)

E isso pode ser notado na última edição da PodPesquisa, divulgada em 2024, em que se percebe que o gênero de notícias, pela primeira vez, apareceu a frente do gênero humorístico e entretenimento, atingindo 23,79%, enquanto humor e entretenimento 23,07%, uma mudança significativa em comparação com a PodPesquisa realizada em 2019, antes da pandemia, onde o gênero humorístico e de entretenimento aparecia em primeiro lugar, e o de notícias em décimo lugar.

Figura 3. Temas preferidos de consumo em 2019 no Brasil



Fonte: PodPesquisa 2019¹¹

¹¹ Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-2019-Resultados.pdf>. Acesso: 13 jan. 2025.

Figura 4. Temas preferidos de consumo em 2024 no Brasil

Tipos preferidos de conteúdo:	
Notícias:	23,79%
Entretenimento (humor, cinema, etc.):	23,07%
Tecnologia:	14,98%
Empreendedorismo:	11,59%
Saúde e bem-estar:	10,27%
Ficção:	10,14%
Esportes:	6,16%

Fonte: PodPesquisa 2024-2025¹²

Para este estudo, foca-se a atenção no conteúdo definido como “música”. A música sempre esteve presente na vida e no cotidiano dos brasileiros, desde o consumo de rádios aos tocadores de mp3, e com o advento dos podcasts a procura por este tipo de gênero também se fez presente.

Dados da PodPesquisa realizada em 2009 já colocavam os podcasts musicais em 6º lugar nos mais ouvidos. Com a chegada de diferentes nichos e temas variados de podcasts o gênero musical ainda se mantém firme, na PodPesquisa realizada em 2018, outros temas foram incluídos e o gênero musical se manteve na 12º posição. Já na PodPesquisa 2019, ele aparece na 25ª posição entre os tópicos citados. Na última pesquisa realizada (PodPesquisa 2024-2025), foram elencados apenas sete temas e não se tem a porcentagem exata dos dados referentes ao referido conteúdo. Vale considerar que este tipo de conteúdo é por vezes considerado parte de tópicos como “entretenimento” e “cultura”.

2.5. Os podcasts musicais

Podcasts musicais são produções em áudio que exploram a música de diversas formas, desde a análise de álbuns e discografias até entrevistas com artistas, cobertura de cenas musicais e criação de playlists comentadas. Diferente do rádio tradicional, esses podcasts oferecem uma abordagem mais aprofundada e personalizada, permitindo que ouvintes descubram novos sons, compreendam o contexto histórico e cultural de determinados gêneros e acompanhem debates

¹² Disponível em: https://abpod.org/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa_2024_2025FINAL-1.pdf. Acesso: 13 jan. 2025.

sobre tendências da indústria fonográfica. Alguns formatos incluem narrações sobre a história de um artista, discussões sobre bastidores da produção musical e até mesmo sessões ao vivo ou acústicas, tornando-os uma plataforma versátil para a apreciação da música.

Além de proporcionar um espaço para a curadoria musical, os podcasts musicais também desempenham um papel importante na preservação da memória sonora e na valorização de artistas independentes. Muitos programas focam em nichos específicos, como gêneros pouco explorados pela mídia tradicional, resgates históricos ou movimentos culturais ligados à música. Esse aprofundamento permite que os ouvintes tenham uma experiência mais rica e contextualizada, ampliando sua percepção sobre diferentes estilos e cenas musicais ao redor do mundo. Além disso, o formato sob demanda possibilita um consumo mais flexível, adaptando-se ao ritmo de cada ouvinte.

Com a evolução das plataformas de streaming, os podcasts musicais têm se diversificado ainda mais, incorporando elementos multimídia e interatividade. Alguns criadores, por exemplo, utilizam playlists integradas para complementar a experiência de escuta, enquanto outros combinam áudio com vídeo para oferecer conteúdos híbridos. Além disso, debates sobre a indústria da música, os impactos das tecnologias sonoras e as novas formas de consumo musical se tornaram temas recorrentes nesses programas, aproximando artistas, produtores e fãs em um espaço dinâmico e acessível. Dessa forma, os podcasts musicais não apenas entretêm, mas também informam e estimulam reflexões sobre o papel da música na sociedade contemporânea.

Alguns podcasts musicais se tornaram muito populares na podosfera, como por exemplo o podcast “TMDQA!”¹³. Fundado em 2009, o site *Tenho Mais Discos Que Amigos!*¹⁴ Também conhecido pela sigla “TMDQA!” teve como objetivo destacar as tendências na música brasileira e internacional, abrangendo desde os músicos e artistas menos conhecidos aos mais famosos. Com o sucesso do portal, a equipe decidiu expandir sua presença para o formato de podcast, proporcionando uma experiência auditiva rica e informativa para seu público.

O podcast foi idealizado para aprofundar discussões, trazer análises detalhadas e oferecer conteúdos exclusivos que complementam o material disponível no site. O podcast é conhecido por sua diversidade de temas e formatos. Os episódios incluem debates sobre as últimas tendências musicais, análises de discografias de bandas essenciais, entrevistas exclusivas com artistas e reportagens especiais.

¹³ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/4ha7Vl4RY2kCE8oWANlmk9?si=a29940b132da4b05>. Acesso em: 15 jan. 2025.

¹⁴ Disponível em: <https://www.tenhomaisdiscosqueamigos.com/podcasts/>. Acesso em: 15 jan. 2025.

Com o sucesso do podcasts, o TMDQA! lançou o "*TMDQA! Talks*", uma série a parte que busca entrevistar artistas de uma maneira mais informal, levando ao público uma visão diferenciada e pouco conhecida dos artistas e músicos, essa iniciativa, em parceria com o *Music Hall Studios* e a *School of Rock Pinheiros*, oferece entrevistas em profundidade com músicos como Rashid, Terno Rei e Carol Biazin, proporcionando uma visão íntima de suas carreiras e processos criativos.

Inspirado nesse projeto, o estudo aqui apresentado busca apresentar uma proposta de podcast musical que se associe a cena local de produção fonográfica. Antes, é importante entender como ela se organiza e se há ou houve projetos similares em São Luís do Maranhão.

3. A MÚSICA MARANHENSE E OS PODCASTS

O Estado do Maranhão desde a sua formação, é um celeiro para a diversidade cultural e consequentemente musical, resultado da fusão de diversas influências oriundas do continente europeu, continente africano e também influências dos povos originários que pelas terras maranhenses já habitavam. Entre os gêneros mais representativos estão o bumba-meu-boi, o reggae, o tambor de crioula e o cacuriá, que não apenas caracterizam a identidade cultural do estado, mas também influenciam sua produção musical contemporânea.

Entretanto, quando se fala a respeito de música popular maranhense, até a década de 1960 os materiais produzidos no estado tinham notórias influências do que era propagado na região sul do Brasil, que chegavam ao estado por meio de partituras, discos de vinil, rádio e também televisão, sendo os estilos mais evidentes: a valsa, o samba e o choro, polcas e xotes. Somente após os anos 1960 que o processo de criação musical tornou-se mais sólido e próximo de uma identidade maranhense, com a ascensão na mídia de diversos sotaques de bumba-meu-boi, os tambores de crioula e também os blocos tradicionais e escolas de samba de carnaval (Santos, 2015).

O reggae, por sua vez, tem uma intensa presença na musicalidade maranhense, desde a sua chegada no estado na década de 1970, firmando raízes que deram a alcunha de “Jamaica Brasileira” a capital São Luís, que se destacou pela propagação em massa de clubes de reggae e a criação das chamadas radiolas, como são chamadas as estruturas composta por grandes caixas de som, amplificadores e um operador de áudio, também chamado de DJ, que toca discos de vinil ou músicas digitais do gênero musical reggae.

O fato é que, a partir de 1978, os discos de reggae importados passaram a se destacar na cidade, tendo o clube Pop Som, na Jordoá, o primeiro clube específico de reggae. E entre os anos 80 e o início dos anos 90, a cidade chegou a ter 80 radiolas (sistemas de som com enormes paredes de alto-falantes nas quais a música é reproduzida) e 80 clubes. Uma linguagem própria, com dança e indumentária, passou a identificar o regueiro, fato este que deu origem ao título de Jamaica Brasileira. (Santos, 2015, p. 21)

Com todo esse fervor cultural os artistas e os músicos naturalmente foram de encontro aos meios de divulgação para alcançar mais público. Uma das principais formas de chegar até as pessoas foi por meio dos programas musicais nas emissoras de rádio, principalmente as emissoras que trabalhavam com a chamada frequência modulada ou FMs que alcançavam grande parte da população maranhense nos anos 1970.

3.1. O rádio maranhense e a divulgação musical

No Brasil a música e o rádio sempre andaram juntos. A primeira transmissão de voz por ondas hertzianas aconteceu em terras brasileiras no estado de São Paulo, e foi organizado pelo inventor do rádio, o padre Landell de Moura, no dia 16 de julho de 1899, a transmissão aconteceu entre o Colégio Santana, de onde Landell era pároco, na zona norte de São Paulo, até a Ponte das Bandeiras, a cerca de quatro quilômetros de distância, e nesta transmissão além da voz do padre, também foi reproduzido o hino nacional brasileiro (Fornari, 1984). Passados 23 anos após essa demonstração pública, já em 1922, o rádio chegou de forma oficial no Brasil, que aconteceu no dia 7 de setembro, figurando assim parte das festividades alusivas ao feriado de independência do país do referido ano, nesta data além do discurso do então presidente Epitácio Pessoa, novamente a música esteve presente por meio da transmissão da ópera “O Guarani” de Carlos Gomes. Um ano depois foi fundada a Rádio Sociedade, que em sua grade de programação também incluía programas musicais (Ferrareto, 2008; Pellegrini, 2015).

No decorrer dos anos, segundo o jornalista Reynaldo Castilho Tavares, diversas rádio-clubes, e posteriormente emissoras oficiais, foram sendo criadas e estabelecidas em diversos pontos do país e nelas a música sempre esteve presente: “No início dos anos 30, com vinte e nove emissoras radiofônicas instaladas e funcionando no país, a programação baseava-se em música, óperas e textos instrutivos” (Tavares, 1997 *apud* Santos, 2015, p.83). No Estado do Maranhão não foi diferente:

A profusão de rádios-clubes no início da década de 1920 incluiu o Maranhão, que acabou se tornando um dos primeiros estados do país a inaugurar uma emissora de rádio. A iniciativa se deu por conta de Joaquim Moreira Alves dos Santos, conhecido como Nhozinho Santos, e Francisco Aguiar, que, em 1924, fundaram a Rádio Sociedade Maranhense. Antes do Maranhão, apenas Rio de Janeiro, São Paulo, Pernambuco e Ceará possuíam suas emissoras. As emissoras que se seguiram (Timbira, fundada com o nome Difusora em 1941; Ribamar, fundada em 1947; e Difusora, inaugurada em 1955) notabilizaram-se em seus primórdios pela concorrência em torno do radiojornalismo e da cobertura esportiva, mas também realizavam programas de auditório ao vivo, responsáveis pela divulgação da música de inúmeros nomes, entre eles Antônio Vieira e Lopes Bogéa.” (Pellegrini, 2015, p. 85)

Com esse crescimento no número de rádios, e conseqüentemente de programas musicais, a maneira de se consumir e também de se divulgar músicas e conhecer novos artistas se popularizou entre os maranhenses.

Nos anos 1970 o rádio já era uma realidade, porém uma nova tecnologia voltada para a mídia surgiu, a chamada Frequência Modulada ou conhecida popularmente apenas como FM. Essa nova maneira de propagação das ondas do rádio possibilitou uma melhora significativa na qualidade sonora transmitida por ondas hertzianas, entretanto com um alcance menor. Em São Luís a primeira rádio a aderir essa nova maneira de transmitir conteúdo foi a Rádio Difusora FM, criada em 1979, seguidas pela Mirante FM em 1981, Rádio Cidade FM em 1983, Universidade FM em 1986 e Esperança FM em 1990 (Santos, 2015). Com mais qualidade de transmissão de áudio os programas voltados para a música tomaram conta da maior parte da grade de programação dessas rádios.

Todas as emissoras FM citadas têm programação marcadamente musical, respeitando o estilo adotado por cada uma, e construíram essa programação com aquisição de LPs e CDs que vinham basicamente por três fontes: representantes de gravadoras, compras ou permutas em lojas de discos e doações de ouvintes, voluntários ou dos próprios artistas. Em São Luís, frequentavam regularmente as rádios os senhores Wellington (BMG), Maria Lúcia (EMI/Trama) e Regina (Universal), como representantes dessas gravadoras. (Pellegrini, 2015, p. 87)

Essa transição para uma programação voltada majoritariamente para o segmento musical nas rádios se mantém até os dias de hoje com as principais rádios ativas contendo uma programação quase que em sua totalidade musical.

3.2. O rádio e o processo de desmaterialização da música

Outro ponto a ser abordado ainda sobre as rádios no Estado do Maranhão é a adaptação do modo de produção e execução dos programas conforme a chegada de novas tecnologias. O que outrora necessitava de equipamentos consideravelmente grandes e que precisavam ser operados por várias pessoas, deu lugar aos computadores, que por sua vez eram menores e necessitavam de apenas uma pessoa para operar. Nos anos 1990 os discos compactos - mais conhecidos como CDs - substituíram os discos de vinil e as fitas K7, mídias estas que outrora eram utilizadas para executar as músicas nas rádios (Pellegrini, 2015). Com o advento do computador e os softwares de programação, chegava aos estúdios um aprimoramento nas técnicas de automação, o que permitia o enfileiramento de várias músicas sem a necessidade de o locutor realizar a execução de cada uma individualmente. Para isso, no entanto, era preciso retirar as músicas que até então estavam em mídias físicas como os CDs, para transformá-las em um arquivo digital, o que com o passar do tempo modificou completamente a maneira de

se divulgar música nas emissoras de rádio, e este processo de digitalização do conteúdo fonográfico é definido pelo pesquisador Paulo Pellegrini como o conceito de “desmaterialização da música”.

A desmaterialização da música é um fenômeno atrelado ao ambiente da cultura digital. Trata-se da migração do conteúdo de suportes físicos tradicionais (discos e fitas) para aparatos tecnológicos que lidam com informação digital (computadores, celulares, smartphones, tablets, notebooks, netbooks, tocadores de mp3/mp4). Este fenômeno tem início com a própria materialização da música, ou seja, os processos de gravação e prensagem que marcaram a consolidação da indústria fonográfica ao longo do século XX. (Pellegrini, 2015, p.78)

No cenário maranhense este processo aconteceu no final da década de 1990, e foi ganhando cada vez mais força com a chegada e a popularização da internet. Grandes emissoras de rádio do estado se viram com pilhas e pilhas de mídias físicas que já não possuíam mais uso.

As emissoras possuíam discotecas com centenas de LPs e CDs, que passaram a ser menos utilizados. Por volta de 2002, a Rádio São Luís FM, temendo deteriorização por falta de uso, ofereceu todo o seu acervo de LPs para a Rádio Universidade, que não aceitou, justamente por não ter espaço para armazenar, já que também possuía sua própria coleção. (Pellegrini, 2015, p. 88)

Essa “desmaterialização da música”, e do conteúdo sonoro com um todo afetou diretamente a estrutura de produção das emissoras de rádio e abriu espaço para que estas adentrassem com mais rapidez no processo de digitalização de sua produção. Com isso, as rádios foram gradativamente mudando não só suas tecnologias, como seu cenário de atuação indo parar na internet (Prata, 2012). Isso nos leva de volta aos podcasts.

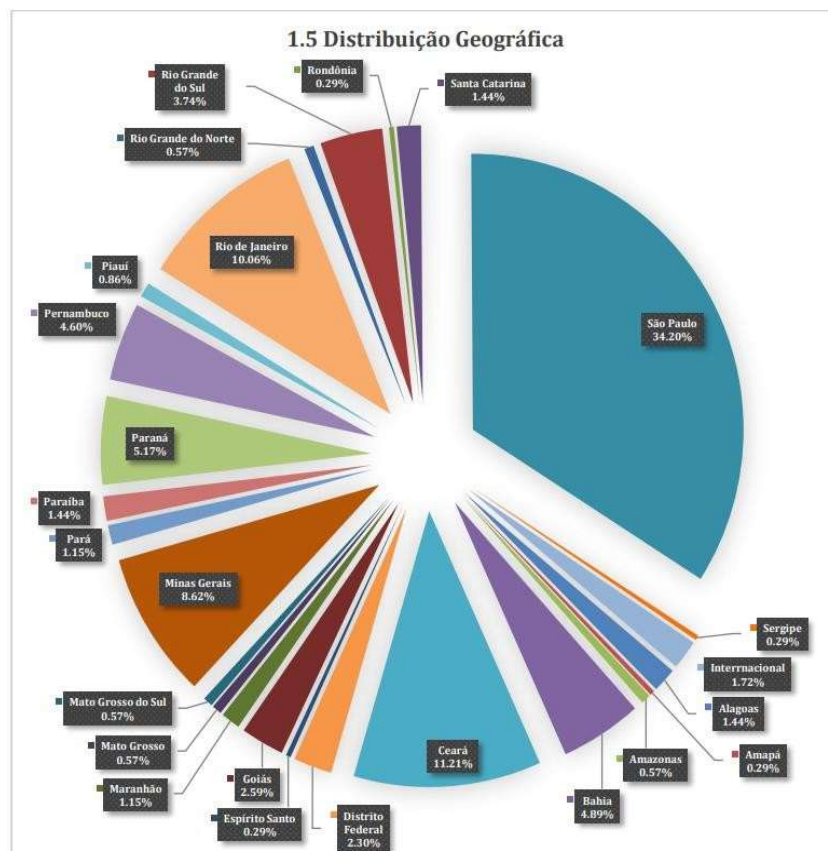
Nascido no virtual, eles se apresentaram como alternativa às rádios – e ao público em geral – de consumir esse conteúdo sonoro “desmaterializado”, uma vez que a mídia nasceu com o intuito de compartilhar áudio sem barreiras. Era mais do que natural que a música – que já tinha se desmaterializado desde o surgimento do formato mp3 em 1987 e se popularizado graças aos dispositivos e plataformas online de escuta, transmissão e download delas (Witt, 2015) – também se integrasse ao fenômeno do *podcasting*.

3.3. O surgimento de podcasts no Maranhão

Como mencionado no capítulo anterior, nos últimos dez anos a mídia podcast ganhou cada vez mais ouvintes e popularidade. Consequentemente, maiores foram os projetos desenvolvidos e também a quantidade de pessoas que saíram do âmbito de apenas ouvintes e se tornaram criadores de conteúdo. Esse *boom* pode ser notado não só nas grandes capitais como São Paulo, Fortaleza e Rio de Janeiro, cidades que ainda detêm o maior número de podcasters e também ouvintes (PodPesquisa, 2024-2025), mas também em outras cidades do Brasil como a capital São Luís.

Embora na última pesquisa sobre o tema, divulgada pela Associação Brasileira de Podcasters - ABPod, o Estado do Maranhão ainda apareça com tímidos 1,15% de representatividade quando se fala de consumo de podcast, é notório destacar que ele está à frente de outros estados como Amapá, Sergipe, Rondônia, Espírito Santo com 0,29%, Rio Grande do Norte, Mato Grosso e Mato Grosso do sul com 0,57%, e Piauí com 0,86% (PodPesquisa, 2024-2025).

Figura 5. Distribuição geográfica de ouvintes por estado



Fonte: PodPesquisa 2024-2025

No que diz respeito à produção de podcasts no Maranhão, mais precisamente na capital São Luís, diversos projetos foram criados abordando os mais diferentes temas. Alguns entraram em hiato e outros continuam na ativa. Entre os exemplos:

Quadro 1. Podcast maranhenses independentes

Podcast	Descrição	Período
Podcast Conectados SLZ ¹⁵	Programa focado na divulgação de bandas e artistas maranhenses em ascensão.	Criado em 2015 e em hiato desde 2021.
Volts Podcasts ¹⁶	Hub de podcast do Grupo Volts, iniciativa de jornalismo pop. Possuía cinco programas: “220 Podcast”, “Não Confio em Charts”, “LiteraPop”, “Podcast Otaku” e “Com Elas”	Criado em 2018 e interrompido em 2021.
Podcast Zero98 ¹⁷	Abordava temas relacionados a política tanto no âmbito local quanto nacional	Criado em 2019 e interrompido em 2022.
Zona de Ruído ¹⁸	Hub de podcasts da produtora homônima focado em Cultura Pop e Geek. Entre os programas: “Omoshiroi”, “Duas Portas”, “Gamecast”, “Paquitas” e “Tilt”.	Criado em 2019 e interrompido em 2020
Podcast Carcarás ¹⁹	Podcast da Juventude Conservadora da UFMA focado em temas políticos.	Criado em 2019 e interrompido em 2023.
Podcast UBM ²⁰	Um projeto produzido pela União Brasileira de Mulheres do Maranhão, que aborda temas femininos e culturais do estado.	Criado em 2020 e interrompido no mesmo ano.
Maranhês ²¹	Um podcast sobre história, cultura e contemporaneidades do Maranhão.	Criado em 2020, mas entrou em hiato no mesmo ano. Retornou oficialmente em 2025 em novo formato e identidade.

Fonte: Elaborado pelo autor

Necessário explicar que no quadro acima constam somente podcasts de iniciativas independentes, pois é possível ainda identificar produções de podcasts (recentes) vinculadas a empresas de comunicação, como é o caso dos podcasts do Portal Imirante²² e da Rádio Timbira²³; há ainda iniciativas de instituições de ensino superior²⁴; além de podcasts organizacionais produzidos por pequenos empreendedores e influencers (a maioria deles vinculados a estúdios especializados nesse tipo de conteúdo e no formato de *videocast*)²⁵.

¹⁵ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/6opEGTO2ypEQUN1stH0FMT>. Acesso em: 10 fev 2025.

¹⁶ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/7F8YVK1JTn9qDBVPNxUY9A>. Acesso em: 10 fev. 2025.

¹⁷ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/1KLzq3cPVhnE5JL93JnmQQ>. Acesso em: 10 fev. 2025.

¹⁸ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/6rRez2ZKG95RHTfdFnReUN?si=3e58ba1eeedb4b44>. Acesso em: 10 fev. 2025.

¹⁹ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/5j4FTq1fPl3dgenUMppROG>. Acesso em: 10 fev. 2025.

²⁰ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/0UgdEHsWUD8R1h2FGB02pV>. Acesso em: 10 fev. 2025.

²¹ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/7HY1VoO4MnJOvFKVAj05Za>. Acesso em: 10 fev. 2025.

²² Disponível em: <https://imirante.com/podcasts>. Acesso em: 12 fev. 2025.

²³ Disponível em: <https://radiotimbira.ma.gov.br/a-radio/podcasts/>. Acesso em: 12 fev. 2025.

²⁴ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/3tFqyZJHK1YjFUXRw2NM8U?si=6b627237043840c8>. Acesso em: 12 fev. 2025.

²⁵ Durante a pesquisa identificamos alguns negócios especializados nesse tipo de serviço em São Luís. Ex.: Ideiação – Business & Podcasts (@somos.ideiacao), Porto Studios (@portostudiosslz) e Studio98 (@studio98.slz)

Outro destaque relevante é que todos os programas citados no quadro são exclusivamente sonoros (Sousa, 2022), ou seja, não fazem uso do vídeo em seus conteúdos. Dos sete programas listados somente dois abordam o conteúdo musical em suas propostas: o Volts Podcasts – com o seu segmento “*Não Confio em Charts*” – e o Conectados SLZ. O primeiro falando de música pop internacional e nacional de forma mais abrangente; o segundo especializado em música feita por maranhenses.

Diante disso, na busca de relacionar com o tema do estudo proposto, faz-se importante se aprofundar mais sobre o perfil de produção do Podcast Conectados SLZ.

3.4. Podcast de música maranhense: uma breve história do Podcast Conectados SLZ

Ao se tratar de podcasts musicais em São Luís do Maranhão, um em específico ganhou bastante notoriedade na pódosfera local: o Podcast Conectados SLZ²⁶, projeto que surgiu dentro da Universidade Federal do Maranhão criado por alunos do Curso de Comunicação Social no ano de 2015 abordando a temática musical apresentando entrevistas com artistas da terra. Considerando a procura por registros ativos na internet (em todos os seus espaços e plataformas) é possível localizar o podcast Conectados SLZ como o primeiro podcast maranhense que se tem registro, já que – durante a pesquisa – nenhum outro programa mais antigo foi identificado (ativo e/ou inativo). Em seu blog oficial, o podcast se apresenta da seguinte forma:

O Podcast Conectados SLZ é um podcast sobre música maranhense desenvolvido desde o mês de abril de 2015 por Larissa Pontes (Produção / Criadora do Projeto Podcast Conectados SLZ) Graduada em Comunicação Social - Radialismo pela UFMA, com a colaboração de Allan R. Costa (Allan Potter), Marcos Martins e Thaís Andrade (Locução e Edição), e Helen Oliveira (Apoio), alunos do curso de Comunicação Social – Radialismo da Universidade Federal do Maranhão.

O objetivo do nosso projeto é levar, por meio de podcasts (arquivos de áudio) as informações sobre os lançamentos musicais dos artistas maranhenses na internet. Os podcasts têm duração de dez minutos e também de vinte minutos.

(Blog do Podcast Conectados SLZ, 2015, s/p.)

Com exceção de Larissa Holanda Pontes (a idealizadora) todos os membros iniciaram ainda como estudantes. Posteriormente foram aderidos ao projeto os estudantes Carolina Prazeres, Anna Karina Prazeres, Vanessa Cutrim e Marcos Martins. Durante sua trajetória o

²⁶ Nem todos os episódios estão originalmente disponíveis no Spotify, que só contém conteúdo a partir de 2019. Disponível em: <https://open.spotify.com/show/6opEGtO2ypEQUNlStH0FMT>. Acesso em: 13 fev. 2025.

programa idealizou diversos projetos como: um documentário sobre o projeto²⁷; uma série especial denominada Podcast Conectados pelo BR com foco em artistas de fora do Maranhão; um projeto de entrevistas para o YouTube denominado Bastidores Conectados SLZ²⁸; participação em eventos como o Festival BR-135; e parceria com o projeto Via Mundo/Catraca Livre. Além disso, em 2019, o podcast recebeu menção honrosa como finalista no Prêmio Profissionais da Música Prêmio Profissionais da Música (*Music Pro Award* 2019), na modalidade Convergência/categoria de Projeto Cultural Musical²⁹.

Figura 6. Parte da equipe Conectados SLZ celebra menção honrosa



Fonte: Blog do Podcast Conectados SLZ, 2019³⁰

O podcast passou por diversas formações e desde de 2021 encontra-se em hiato. Em entrevista ao pesquisador. Em entrevista ao pesquisador, Larissa Pontes explicou como a ideia de um projeto focalizado na música autoral maranhense surgiu, bem como os desafios de mantê-lo, os reconhecimentos e o porquê da pausa nas gravações.

A ideia surgiu no ano de 2015 quando alguns artistas locais e radicados também em outros estados entraram em contato comigo via a rede social do Facebook para ajudar nas divulgações dos seus trabalhos aqui na cidade. Sou a criadora e produtora do podcast “Conectados SLZ” e fazem parte do projeto atualmente na locução o Allan Rodrigues, Thais Andrade, Carolina Prazeres,

²⁷ Disponível em: <https://youtu.be/LjFfY-ZDs30>. Acesso em 15 fev. 2025.

²⁸ Disponível em: <https://youtu.be/ZTZhzF0kC5Y>. Acesso em: 15 fev. 2025.

²⁹ Disponível em: <https://sobreatatame.com/sete-curiosidades-sobre-o-conectados-slz-podcast-que-destaca-a-cena-musical-do-maranhao/>. Acesso em: 15 fev. 2025.

³⁰ Disponível em: <http://podcastconectadosszl.blogspot.com/2019/12/mocao-de-louvor-no-premiopm-2019-em.html>. Acesso: 15 fev. 2025.

Anna Karina Prazeres e Vanessa Cutrim. Fizeram parte do projeto a Helen Oliveira na produção e o Marcos Martins na locução. No ano de 2015 quando iniciei o projeto do podcast “Conectados SLZ” pouco se falava ainda sobre podcast, a maioria das pessoas não sabiam nem o que era podcast. Não tinha muitos livros sobre o tema. Inclusive ouvi falar sobre o assunto dois anos antes numa disciplina de mídias digitais do curso de Comunicação Social. (Pontes, entrevista concedida em 14 fev. 2025)

Quando o assunto é iniciar um novo projeto, principalmente quando se trata de algo referente a novas tecnologias, sempre existem diversas dificuldades, no caso dos podcasts, a falta de locais e de equipamentos para gravação, a falta de financiamento por parte do setor público e privado, e a dificuldade de monetização acabam sendo fatores adversos que impedem de um projeto seguir em frente. Fato que é constatado pela última edição da PodPesquisa, que também avaliou produtores de conteúdo, e mostra que 57,5% dos criadores financiam todos os custos com recursos próprios, e apenas 18,7% recebem algum tipo de patrocínio.

A maioria dos produtores financia seus projetos com recursos próprios, o que pode limitar o crescimento e a qualidade da produção. Patrocínios e publicidade são alternativas utilizadas por quase um quinto dos produtores. Pela primeira vez, financiamento coletivo não é o mais predominante para captação de recursos, dando lugar à publicidade e recursos próprios. (PodPesquisa 2024-2025, 2024, p. 13)

Adversidades que também foram marcantes no prosseguimento das gravações do Podcast Conectados SLZ. Segundo a criadora Larissa Pontes, no decorrer das quatro temporadas, as gravações passaram por diversos ambientes, e em alguns desses locais - por falta de equipamentos - utilizavam os aparelhos celulares dos participantes para realizar a captação de áudio.

Os principais desafios foram em relação as gravações dos áudios das entrevistas do podcast. No início gravamos no Laboratório de Rádio da Universidade Federal do Maranhão. Naquele tempo não tinha tantos estúdios para gravações de podcasts na cidade. Gravamos em casa também e nas últimas temporadas gravamos no Casarão Tech e no Buriteco Café com os próprios celulares. Em relação a adversidade foi a falta de capacitação (oficinas, workshops, palestras) e editais culturais locais para a podosfera maranhense. (Pontes, entrevista concedida em 14 fev. 2025)

Entretanto em meio as dificuldades que surgiam à medida que o projeto avançava, o reconhecimento também veio, e o podcast começou a ser notado por diversas instituições e também recebeu premiações, reconhecimento este que abriu portas para o desenvolvimento pessoal dos integrantes como descreve a criadora do projeto.

A recepção do podcast foi boa e conseguimos algumas conquistas como por exemplo: Participação no Evento de Avaliação Radiotube 2019, no Rio de Janeiro; Selecionados em 2020, para a mentoria SIM TRANSFORMA, do SIM SÃO PAULO; A participação no ano de 2021, como finalistas na 6ª edição do Prêmio Profissionais da Música (PPM), na categoria de Podcast Musical; A minha aprovação na 3ª edição do Programa ASA – Arte Sônica Amplificada (parceria do Oi Futuro e British Council) em 2021 e no ano de 2022, fui bolsista do Curso Música & Negócios: Empreendedorismo e Inovação, promovido pelo Instituto Gênesis da PUC-Rio. (Pontes, entrevista concedida em 14 fev. 2025)

Como anteriormente descrito, a pandemia de Covid-19 que assolou o mundo a partir do ano de 2020, impactou diretamente o desenvolvimento de diversos podcasts no Brasil e no mundo, e com o “Conectados SLZ” não foi diferente. Durante a pandemia o podcast pausou as atividades de maneira indefinida, e desde então segue em hiato, entretanto segundo Larissa Pontes, a ideia é de retomar o projeto ainda no ano de 2025.

O Podcast Conectados SLZ encontra-se em hiato desde a pandemia, que foi uma época difícil para todo mundo. Cada um da equipe focaram nos seus trabalhos principais ou estudos nesse tempo. Temos intenção de voltar ainda esse ano [2025] com o projeto. (Pontes, entrevista concedida em 14 fev. 2025)

Mesmo em hiato, o Conectados SLZ segue sendo um marco na podosfera maranhense, não só por ser o primeiro que se tenha notícia, mas principalmente por se tratar de um podcast musical, ganhando ouvintes e reconhecimento, e inspirando novos projetos a serem criados no Estado do Maranhão.

A partir desta referência, e de toda a discussão feita até aqui, o pesquisador viabilizou então a proposição e produção de um podcast em áudio cujo foco seja a pauta da cena musical autoral maranhense. O objetivo é propor uma plataforma de contato entre artistas, mídia e público para circulação de informação sobre a dinâmica do entretenimento musical local.

Apostando no formato entrevista ou *mesacast* (Sousa, 2022), busca-se divulgar e valorizar o cenário musical autoral maranhense promovendo entrevistas com artistas locais de diferentes gêneros musicais como: Musica Popular Maranhense -MPM, rock, rap, forró, pagode dentre outros. A ideia do projeto justificasse de uma necessidade de dar aos artistas locais a chance de compartilhar suas histórias e músicas com uma audiência mais ampla, fortalecendo a identidade cultural do estado e aumentando a divulgação e popularidade de sua riqueza musical. Denominado “Reviverso”, este novo projeto é apresentado a seguir.

4. CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DO PODCAST REVIVERSO

Em termos metodológicos, esta pesquisa se situa em diferentes modelos, a depender de cada etapa abordada no decorrer da pesquisa e da elaboração do Podcast Reviverso. De início, o presente trabalho teve como base a pesquisa bibliográfica para compreensão de como surgiu e o desenvolvimento da mídia podcast no contexto global, brasileiro e maranhense. Sobre a pesquisa bibliográfica:

[...] baseia-se no estudo da teoria já publicada, assim é fundamental que o pesquisador se aproprie no domínio da leitura do conhecimento e sistematize todo o material que está sendo analisado. Na realização da pesquisa bibliográfica o pesquisador tem que ler, refletir e escrever o sobre o que estudou, se dedicar ao estudo para reconstruir a teoria e aprimorar os fundamentos teóricos” (Sousa; Oliveira; Alves, 2021. p. 63)

O material utilizado nesta etapa foi majoritariamente: livros, artigos científicos, monografias e dissertações sobre o tema, além de pesquisas não acadêmicas, como os relatórios disponibilizados entre 2008 a 2025 pela Associação Brasileira de Podcasters - ABPod e reportagens relevantes para compreensão do assunto e refinamento dos objetivos a serem atingidos com o trabalho.

Ainda no aspecto bibliográfico, este trabalho também apresenta um esforço no sentido de construir uma síntese historiográfica a respeito do podcast enquanto mídia em ascensão. Assim, os capítulos iniciais apresentam importantes tópicos de atualização do tema que podem vir a ser utilizados em pesquisas posteriores, caracterizando este trabalho também como um instrumento de interesse e relevância na área comunicacional. O levantamento bibliográfico é de fundamental importância desde o início da pesquisa, pois é a partir dele que é feito todo o apanhado de conteúdos já elaborados sobre determinada temática e para a delimitação daquilo que é necessário ou não no decorrer do trabalho.

Esta modalidade de pesquisa demanda um esforço e dedicação do pesquisador, já que nem sempre é possível encontrar trabalhos que tratem diretamente sobre a temática pretendida, levando-o a buscar por palavras-chave muito específicas (Sousa; Oliveira; Alves, 2021) ou pela leitura de outros trabalhos que tratem do tema de forma transversal, muitas vezes trazendo apenas uma pequena contribuição em algum tópico. No caso desta pesquisa, por exemplo, não haviam registros bibliográficos sobre podcasts musicais no Maranhão.

Outro método recorrente ao longo do levantamento de dados foi a entrevista (como pode ser visualizado no capítulo anterior). Neste caso em específico, a entrevista narrativa:

A entrevista narrativa (daqui em diante, EN) tem em vista uma situação que encoraje e estimule um entrevistado (que na EN é chamado um "informante") a contar a história sobre algum acontecimento importante de sua vida e do contexto social. A técnica recebe seu nome da palavra *narrare*, relatar, contar uma história. (Jovchelovitch; Bauer, 2008, p.93)

Essa mesma técnica foi aplicada depois diretamente nos entrevistados (informantes) dos episódios pilotos do Podcast Reviverso.

Outros aparatos metodológicos resgatados nesta pesquisa são os procedimentos de produção de podcasts propostos por Sousa (2022), que auxiliaram o processo de elaboração de pauta, roteiros, gravação, edição e publicação de um podcast sonoro. Ainda neste capítulo, esses procedimentos serão detalhados.

4.1. A ideia do Podcast Reviverso

O Podcast Reviverso surge de uma ideia de dar voz e visibilidade aos artistas locais que produzem músicas autorais no Estado do Maranhão, mais especificamente na capital São Luís. Como um grande apreciador de longa data da música e também de podcasts, e já tendo experiências como músico, vivendo no meio de artistas locais e também com conhecimentos técnicos de produção audiovisual adquiridos ao longo do curso, o pesquisador percebeu a possibilidade de reunir conhecimento técnico e interesse na pauta decidindo por criar um podcast voltado para este nicho.

Vale ressaltar que esta não foi sua primeira experiência no audiovisual. Quando se trata de retratar e conhecer a realidade, o dia a dia e os desafios enfrentados pelos músicos maranhenses, em 2014 publicou o documentário “Ilha do Caos”³¹, obra esta que retrata a dinâmica dos shows de rock em São Luís, bem como as visões de músicos e produtores sobre a cena musical do rock em território maranhense. Já em 2023, produziu outro documentário chamado de “A Cena”³², onde acompanhou uma banda de rock chamada “Bastardz” durante as preparações para o evento “Garagem Alternativa”, que aconteceu em São Luís, e reuniu diversos músicos de produção autoral no maranhão. Logo a ideia de trazer essa temática para uma mídia em ascensão e que já se tinha familiaridade surgiu de maneira natural, uma vez que há tempos já se tinha essa pretensão em mente.

³¹ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=7omRJhccors> (Nota do autor).

³² Este documentário é fruto de trabalho de disciplina do Curso de Comunicação Social – Rádio e TV. Não está publicado oficialmente (Nota do autor).

4.1.1. Argumento e justificativa do nome “Reviverso”

O nome "Reviverso" foi escolhido para o podcast como uma fusão criativa e simbólica entre o legado cultural do Maranhão, a renovação digital e a força da poesia e da música local. A primeira parte do nome vem de "Reviver" e remete diretamente ao Projeto Reviver, uma iniciativa importante que buscou resgatar as tradições culturais de São Luís e do Maranhão, revigorando aspectos da música, da dança e das festas populares. O Projeto Reviver representou a valorização do patrimônio imaterial do estado, e sua contribuição para a música e cultura maranhenses é um marco no processo de preservação e celebração da identidade local (Silva, 2012).

Ao adicionar "verso" à palavra "reviver", surge uma nova camada simbólica que conecta diretamente com a ideia de poesia e música, duas das manifestações mais expressivas da cultura maranhense. O verso, presente tanto na literatura quanto na música, é uma forma de comunicação artística que transcende o tempo e o espaço. Ele é uma linha contínua, uma melodia que acompanha os ritmos e as emoções de um povo. No Maranhão, o verso está presente nas canções de manifestações populares como o bumba-meu-boi e tambor-de-crioula, e na rica poesia que permeia a história literária do estado, com nomes como: Gonçalves Dias, Nauro Machado e Ferreira Gullar.

Com a adição do sufixo "-verso" também se faz referência ao universo, sugerindo um espaço infinito e fluido, onde as tradições culturais podem ser atualizadas e distribuídas globalmente. O conceito de "verso" aqui é utilizado como uma metáfora para a "universalidade" e a abertura digital da cultura local, permitindo que ela seja explorada de maneira renovada e interativa, através de múltiplas plataformas e canais. Esse "universo" – que se propõe a existir no digital – almeja não apenas o resgate das tradições, mas sua reinvenção e disseminação para um público cada vez mais conectado.

Assim, "Reviverso" é mais do que um simples nome: é uma ponte entre o passado e o futuro da cultura maranhense, uma celebração do resgate cultural iniciado pelo Projeto Reviver, agora potencializado pela capacidade de expansão do universo digital, e uma homenagem à rica poesia e música que dão vida ao estado. O nome evoca uma sensação de renovação contínua, de um ciclo cultural que nunca para de se reinventar, e que, através da música e do verso, se conecta a todos os cantos do mundo.

4.1.2. A identidade visual do podcast Reviverso

Para a criação da identidade visual do programa, optou-se por usar a ferramenta de Inteligência Artificial Generativa, Gemini, para criar as bases da imagem a partir de prompts de texto que evidenciassem o teor do podcast, com aspectos sóbrios, mas que remetesse a musicalidade (com a inserção dos tambores e o violão, instrumentos típicos da nossa cultura). Em um segundo momento, usando um editor de imagens para celular, foi adicionado o nome “Reviverso” ao centro em destaque e em sobreposição no círculo em três tons de laranja, o que representa o sol e o clima tropical do Estado do Maranhão. Além desses elementos, foi escolhido adicionar plantas e flores para criar uma moldura evocando o aspecto tropical e de verão para o conjunto da obra. Para o fundo foi escolhido a cor azul escura para contrastar com os elementos principais evidenciando-os sem causar desconforto visual, como aconteceria se o fundo fosse em um tom de azul mais claro. Para finalizar foi adicionada uma textura de respingos de tinta para dar um aspecto mais dinâmico para a imagem. Registra-se, no entanto, que esta não é a versão definitiva.

Figura 7. Identidade visual do podcast (provisória)



Fonte: O autor

4.2. A produção do podcast Reviverso

Com base no que propõe Sousa (2022), as fases de criação de um podcast sonoro são:

Quadro 2. Etapas de elaboração de podcasts

ETAPA/FASE	ATIVIDADE
Pré-Produção	Definição de gênero e formato Roteirização
Produção	Gravação
Pós-Produção	Edição Publicação

Fonte: Adaptado de Sousa (2022)

A seguir explica-se etapas e atividades de elaboração do Podcast Reviverso.

4.2.1. Gênero e formato

Para a criação do podcast, primeiro foi necessário definir qual seria o gênero e também o formato a ser adotado no programa. Segundo Sousa (2022), os gêneros dos podcasts podem ser separados em dois grupos, o primeiro que leva em consideração a técnica empregada para a produção do material e a segunda que leva em consideração o conteúdo do podcast, esses dois grupos se dividem em vários subgrupos e formatos.

No caso do Reviverso levou-se em consideração a segundo grupo, que categoriza os gêneros pelo conteúdo abordado. Baseada nessa definição o podcast Reviverso se enquadra no gênero de entretenimento, que “[...] diz respeito a todas as produções que não tratem imediatamente do fazer jornalístico. Tal como em muitas outras mídias é visto como um campo aberto à experimentação de formatos e textos. Dialoga sobre o lazer, cultura e artes.” (Sousa, 2022, p.35). Já em relação ao formato, o escolhido foi o de “Mesa Redonda” ou *mesacast*, o que o autor caracteriza como um “formato de bate-papo entre os apresentadores ou com a presença de um convidado (ou mais). Pode ser feito tanto como debate quanto entrevista. É considerado o formato mais reproduzido pela podosfera dado o grande número de programas que se encontram com essas características” (Sousa, 2022, p.30).

4.2.2. Pré-Produção

Com o gênero e o formato já definidos, foi então iniciada a segunda etapa, que é a da pré-produção. A ideia inicial era produzir uma temporada curta com quatro episódios, em que cada um seria com um entrevistado diferente que atua na cena musical autoral maranhense. A dinâmica abordada seria de um apresentador, também chamado de *host* (Sousa, 2022), e um ou mais entrevistados. Segundo Marconi e Lakatos (2002, p.93-94), existem dois tipos diferentes de entrevistas: o tipo padronizado ou estruturado, e o não padronizado ou desestruturado. No tipo padronizado ou estruturado, o entrevistador segue à risca um roteiro previamente estabelecido, com perguntas fixas, já no modelo não padronizado ou desestruturado, o entrevistador tem a liberdade de não se prender em um roteiro, podendo assim levar a entrevista para outros tópicos e assim explorar mais amplamente diversas questões que não necessariamente estariam no roteiro pré-produzido, tornando o diálogo mais aberto. Sousa (2022) também cita estes dois modelos os nomeando como “modelo fechado” e “modelo aberto”.

Por modelo fechado entende-se sobre o roteiro que carrega todas as informações do programa já definidas. [...] O roteiro fechado recebe essa designação por se tratar de uma produção que antes mesmo de chegar à etapa de gravação já está definida. Na pré-produção todos os elementos que farão parte do programa devem estar estruturados. As poucas exceções que esse modelo oferece consiste na inserção de um debate e/ou entrevista [...] já por modelo aberto refere-se àquele que trata de uma pré-produção não definitiva que só toma forma completa durante as etapas de gravação e edição. [...] esse modelo é muito comum para o formato mesa-redonda por introduzir o host como eixo principal do podcast. Cabe a ele induzir a dinâmica do programa trazendo à tona os temas citados na pauta, interagindo com os participantes ou convidados, invocando quadros e as sonoridades que podem vir a fazer parte do podcast (trilhas, vinhetas e efeitos sonoros). (Sousa, 2022, p. 41-42)

Como antes citado, o modelo aberto é o mais utilizado em podcasts do formato “Mesa Redonda”, uma vez que tal modelo abre espaço para um diálogo mais descontraído, característica essencial para um podcast do gênero de entretenimento. O roteiro do podcast Revverso é simples, porém assertivo nos tópicos abordados com os entrevistados, seguindo o conceito que Gaskell (2008) chama de “tópico guia”, um texto sucinto contendo os principais temas a serem abordados na entrevista pretendida.

Como ideal, o tópico guia deveria caber em uma página. Ele não é uma série extensa de perguntas específicas, mas ao contrário, um conjunto de títulos de

parágrafos. Ele funciona como um lembrete para o entrevistador, como uma salvaguarda quando der um "branco" no meio de uma entrevista. Um bom tópico guia irá criar um referencial fácil e confortável para uma discussão, fornecendo uma progressão lógica e plausível através dos temas em foco.” (Gaskell, 2008, p. 66-67)

Com esse modelo mente, o próximo passo foi a escolha dos entrevistados. Dada a experiência deste pesquisador no meio jornalístico tendo – entre tantas funções – já atuado como produtor para um programa de televisão musical, selecionei artistas que já conhecia e que teriam disponibilidade para participar do projeto, artistas estes que não só já trabalham com música em São Luís, mas também que já possuem trabalhos autorais devidamente registrados e publicados.

O primeiro episódio contou com a participação do guitarrista e cantor Inaldo Barros, da banda de rock “Bastardz”. Neste episódio foi abordado a vida pregressa do entrevistado, seu início no mundo da música, primeiras experiências como músico profissional, carreira atual dele e da banda em que toca, além de como ele avalia a cena musical e os incentivos dos governos estadual e municipal para as bandas locais, principalmente as bandas de rock mais pesadas (*heavy metal*).

Já o segundo episódio do podcast contou com a participação do cantor e multi-instrumentista Lucas Alexandre, da banda de pop-rock “Apollo 03”. Neste episódio também abordei sobre a vida pregressa do artista, sobre o início dele na carreira musical, dificuldades pessoais, busca por ajuda psicológica, carreira atual e também sobre a mudança de mentalidade da banda em que ele atua, que antes tocava apenas músicas cover, e que depois passou a produzir músicas autorais.

Mais dois episódios seguem viabilizados para a finalização da temporada planejada, mas devido a incompatibilidade de agenda dos entrevistados não foi possível a finalização destes em tempo hábil até a escrita deste relatório.

4.2.3. Produção

Com os entrevistados agendados, e o roteiro já pronto, o próximo passo foi realizar a gravação do material. O local escolhido para a realização das entrevistas foi o estúdio do Laboratório de Rádio da Universidade Federal do Maranhão, que por mais que fosse geograficamente distante dos meus entrevistados, contava com microfones profissionais, espumas acústicas e também a presença de um operador de som que auxiliaria na hora de

realizar as gravações das entrevistas. Mas como um “plano B”, caso as entrevistas no laboratório não dessem certo, (ou por questões de deslocamento dos meus entrevistados ou de agenda), junto ao meu orientador planejamos uma segunda opção, que seria a gravação dos programas por meio de videochamada, utilizando softwares como o Google Meet, Zoom ou Zencastr para a realização das entrevistas. Com a disponibilidade do laboratório e dos entrevistados, as gravações foram feitas da maneira que se havia primeiramente pensado: no próprio laboratório.

Durante as entrevistas tudo ocorreu bem, muito por parte da pré-produção, que foi minuciosamente programada, da adoção do tópico guia, e da própria experiência do pesquisador com condução de entrevistas. O “modelo aberto” de roteiro foi fundamental principalmente no segundo episódio, momento no qual o entrevistado Lucas Alexandre se emocionou ao falar de traumas pessoais, algo que não estava no tópico guia, mas com sensibilidade foi possível conduzir a entrevista de volta para o tema principal que era tratar da música autoral em São Luís.

4.2.3. Pós-Produção

Com o material bruto já gravado, chegou o momento da pós-produção. Essa uma das partes mais envolventes e desafiadoras de todo o projeto, pois é na ilha de edição que o produto bruto é lapidado até a forma final para a distribuição nas plataformas digitais. Para a realização da edição existem diversos softwares no mercado, sejam pagos ou gratuitos. No caso da edição dos episódios do podcast Reviverso, utilizou-se um software que de familiaridade do pesquisador, que por mais que sua finalidade seja para a edição de vídeos, também serve para a edição de áudio: o Adobe Premiere Pro, na versão 2024.

Para a edição do material, foi preciso ouvir todo o conteúdo e sequenciar por tópicos, separados por trechos de músicas das próprias bandas dos entrevistados, cedidas por eles, intervenções estas que dão mais dinamicidade ao programa e são amplamente utilizadas por diversos podcasts. Essas separações são também chamadas de vírgulas sonoras, por sua vez conceituadas como uma “[...] intervenção usada para pontuar a narrativa ou criar respiros entre trechos. Podem ser músicas ou sons ambientes” (Almeida, 2021, p. 20).

No início do podcast (abertura) optou-se por não utilizar uma vinheta de abertura padrão e sim uma abertura mais aberta, relativa ao estilo musical do artista entrevistado no episódio. Essas músicas de abertura, por conta de direitos autorais, foram retiradas de bancos de áudio

sem *Copyright*, mais precisamente o *Youtube Audioblibrary*, uma plataforma desenvolvida pela empresa Google que fornece aos criadores de conteúdo milhares de trilhas musicais e efeitos para uso livre, sem o risco de infringir direitos autorais. Já ao final do episódio utilizou-se as músicas dos próprios artistas entrevistados para servir de encerramento para o programa.

Para renderização do conteúdo editado, foi utilizado como base o *Guia Interativo de Podcasts para Organizações*, que informa que a melhor especificação para a exportação de podcasts é “.mp3, stereo, 44,1 KHz, 128 Kbps” (Sousa, 2022, p.57). Segundo o autor este é o formato que tem maior compatibilidade com os diversos agregadores e players na internet.

Um áudio que segue essas especificações de padrões está devidamente preparado para ser distribuído na internet e assim ser ouvido sem qualquer tipo de problema de incompatibilidade. Isso porque diante das possíveis variações entre as plataformas e dispositivos sempre haverá outros codecs – estes de conversão – que adaptarão os dados do seu arquivo de mídia para aqueles mais próximos de uma boa qualidade de reprodução. (Sousa, 2022, p.57)

4.2.4. Distribuição

Após ter o produto final já devidamente pronto para se ouvir, o próximo passo foi realizar a distribuição do material para as plataformas digitais como o Spotify³³, Deezer³⁴ e também para o YouTube³⁵, que são de uso gratuito. Este processo foi o mais simples de toda a produção, pois para realizar a publicação dos episódios basta ter ou criar uma conta nessas plataformas, montar o perfil do podcast e realizar o upload. Uma outra maneira de realizar a disponibilização do conteúdo é fazendo o upload dos mesmos para os chamados agregadores de podcast, “[...] plataformas dedicadas a reunir quem interage com podcast quer seja podcaster ou usuário. Eles funcionam como repositórios públicos onde um podcast por ser consultado, ouvido e compartilhado” (Sousa, 2022, p.62), entretanto a disponibilização por meio destes serviços, é paga, então descartou-se estes serviços para disponibilizar os episódios. O podcast Revverso pode ser acessado pelos seus respectivos perfis disponíveis nos pré-textuais deste trabalho.

Um dos desafios enfrentados durante a etapa de distribuição, foi a questão dos direitos autorais musicais e com isso a reprodução de faixas musicais autorais nos episódios exigiu cuidados para evitar violações principalmente na plataforma YouTube, que possui um sistema automatizado de detecção de direitos autorais, que pode bloquear ou desmonetizar vídeos que

³³ Disponível em: <https://open.spotify.com/show/3OH1HrwEGkGpYha76dGxXq>.

³⁴ Disponível em: <https://www.deezer.com/br/show/1001652261>.

³⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/@PodcastRevverso>

utilizem músicas já registradas sem a devida autorização não só dos artistas, mas também da gravadora detentora dos direitos de distribuição. Com isso para evitar problemas, os episódios seguem a regra de *fair use*, que permite o uso limitado de conteúdos protegidos e assim, os trechos musicais utilizados foram inseridos de maneira reduzida, garantindo que se encaixem dentro da política da plataforma.

Além disso como citado anteriormente, os episódios do podcast começam com trilhas sem *copyright*, ou seja, músicas livres de direitos autorais. Essa estratégia contribui para a identidade sonora do Reviverso e evita complicações com as plataformas de streaming.

Os próximos passos do projeto preveem a finalização da 1ª temporada, realização de lançamento oficial em redes sociais e medição da audiência dos episódios em via de construir portfólio que viabilize a monetização do podcast.

4.3. Proposta de continuidade e monetização

Com a conclusão da primeira temporada do Reviverso, a continuidade do projeto dependerá da adoção de estratégias que garantam a possibilidade de monetização e de crescimento. Para isso, é necessário explorar diferentes possibilidades de conseguir monetizar o podcast. Neste primeiro momento, todo o valor relacionado a produção dos episódios foi custeado pelo criador, entretanto esse tipo de custeio não é sustentável e é preciso avaliar os desafios e considerar adaptações que possam tornar o Reviverso sustentável a longo prazo.

Entre as possibilidades, propõe-se a busca por parcerias e patrocínios com empresas do setor cultural, marcas locais e iniciativas voltadas para a música independente, que podem ter interesse em associar a imagem delas ao Reviverso. Além disso, plataformas de financiamento coletivo, podem ser utilizadas ao decorrer dos meses com a popularidade do projeto, o que poderá permitir que os ouvintes contribuam regularmente para o podcast em troca de benefícios exclusivos, como conteúdos extras, participação em episódios ou acesso antecipado aos mesmos.

Outra alternativa é a inserção de publicidade nos episódios, seja por meio de anúncios antes, durante ou depois do programa, utilizando serviços como o *Spotify for Podcasters* ou redes especializadas em anúncios para podcasts. Já na plataforma YouTube, a monetização também pode se tornar uma fonte de receita, desde que o canal alcance os requisitos exigidos pela plataforma, como o número mínimo de inscritos e horas de exibição.

Os desafios para a monetização incluem, principalmente, as questões de direitos autorais e o uso de músicas. Para evitar restrições nas plataformas, será essencial manter os trechos musicais dentro das diretrizes de *fair use*, ou optar por versões alternativas, como performances ao vivo durante as entrevistas. Além disso, o crescimento da audiência será um fator determinante para o sucesso financeiro do projeto. Estratégias de marketing digital, engajamento nas redes sociais e divulgações orgânicas e também patrocinadas serão fundamentais para ampliar o alcance do Reviverso, tornando-o mais atraente para ouvintes e potenciais patrocinadores.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O processo de produção do podcast Reviverso apresentou desafios e aprendizados que contribuíram para o aprimoramento técnico e conceitual do projeto, que perpassaram desde a escolha do formato até a condução e execução das entrevistas, onde cada etapa trouxe reflexões sobre a importância do podcast como ferramenta de registro e valorização da música autoral maranhense.

Um dos principais desafios foi a conciliação da agenda dos entrevistados, o que impactou a quantidade de episódios produzidos. Isso evidenciou a necessidade de um planejamento mais flexível e a busca por estratégias que facilitem a participação dos artistas, como entrevistas remotas. Já em relação a qualidade técnica, foi um fator determinante para o sucesso do projeto a escolha do Laboratório de Rádio da UFMA como local de gravação, pois garantiu um áudio limpo e profissional. A experiência reforçou a importância de equipamentos adequados e um bom tratamento sonoro para a imersão do ouvinte. Já a condução das entrevistas exigiu um equilíbrio entre seguir o tópico guia e espontaneidade; a adoção de um roteiro “modelo aberto” permitiu uma maior fluidez na conversa, tornando os episódios mais naturais e espontâneos, que garantiu que os convidados tivessem espaço para expor suas histórias e vivências de maneira autêntica.

Em termos de possibilidades, o projeto apresenta diversas opções para o futuro com o uso das redes sociais e plataformas de streaming para ampliar sua audiência, tornando-o um referencial na cena cultural maranhense. A continuidade do podcast permitirá uma exploração mais profunda da música local, com uma maior diversidade de gêneros além da possibilidade de programas temáticos e também a participação do público, por meio de e-mails ou mensagens de WhatsApp e Instagram, algo similar com o que já acontece em outros podcasts pelo Brasil.

Apesar dos desafios enfrentados, creio que o Reviverso atingiu seu objetivo principal: se apresentar como um potencial fomentador da discussão sobre a música autoral maranhense e valorização dos artistas locais.

Reviverso não se encerra com este trabalho, mas se estabelece como um ponto de partida para um projeto de longo prazo com o intuito de continuar proporcionando um espaço de fala e reconhecimento para os artistas locais. Com os aprendizados adquiridos e o potencial identificado, creio que o podcast irá se firmar como uma iniciativa relevante para o fortalecimento da identidade cultural do Estado do Maranhão.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, R. N. A. **Através da música:** um podcast sobre educação musical. (TCC/Monografia). Licenciatura em Música, Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo - ECA/USP, São Paulo-SP, 2021.
- AMORIM, A. L. T.; ARAÚJO, M J. C G. Como o isolamento social causado pela pandemia de Covid19 impactou o consumo de podcasts no Brasil: uma análise de matérias jornalísticas nacionais. In: **Brazilian Journal of Development**, Curitiba, v.7, n.3, mar. 2021, p. 25802-25815. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/index.php/BRJD/article/view/26323>. Acesso em: 23 jan. 2025.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS (ABPod). **PodPesquisa 2009**. São Paulo: ABPod, 2018. Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/10/PodPesquisa-2009.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2025.
- _____. **PodPesquisa 2014**. São Paulo: ABPod, 2018. Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/10/PodPesquisa-2014.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2025.
- _____. **PodPesquisa 2018**. São Paulo: ABPod, 2018. Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/10/Podpesquisa2018.xlsx>. Acesso em: 20 jan. 2025.
- _____. **PodPesquisa 2019**. São Paulo: ABPod, 2018. Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa-2019/>. Acesso em: 20 jan. 2025.
- _____. **PodPesquisa 2020/2021**. São Paulo: ABPod, 2018. Disponível em: https://abpod.org/wp-content/uploads/2021/10/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultado-ATUALIZADO.pdf. Acesso em: 20 jan. 2025.
- _____. **PodPesquisa 2024/2025: Panorama do Podcast no Brasil: Desafios e Oportunidades**. São Paulo: ABPod, 2024. Disponível em: https://abpod.org.br/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa_2024_2025FINAL.pdf. Acesso em: 20 jan. 2025.
- BUFARAH JÚNIOR, A. Rádio na Internet: convergência e possibilidades. In: Anais do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte-MG, 2003. Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP06_bufarah.pdf. Acesso em: 19 dez. 2024.
- _____. **Podcast:** possibilidades de uso nas emissoras de rádio noticiosas. In: Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba-PR, 2017. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-2638-1.pdf>. Acesso em: 19 dez. 2024.
- FERRARETO, L. A. Roquette-Pinto e o ensino do rádio. In: MEDITSCH, E.; ZUCULOTO, V. (Orgs.). **Teorias do Rádio:** textos e contextos. Florianópolis-SC: Editora Insular, Vol. II, 2008.
- FORNARI, E. **O "Incrível" Padre Landell de Moura:** história triste de um inventor brasileiro. 2ª ed. Rio de Janeiro-RJ: Biblioteca do Exército, 1984.
- FOSCHINI, Ana Carmen; TODDEI, Roberto Romano. **Podcast.** Coleção conquiste a rede., 2006.
- KISCHINHEVSKY, M. **Cultura do Podcast:** reconfigurações do rádio expandido. Rio de Janeiro-RJ: Mauad X, 2024.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7ª ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2008. p.64-89.

JOVCHELOVITCH, S.; BAUER, M. W. Entrevista narrativa. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. (Orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 7ª ed. Petrópolis-RJ: Vozes, 2008. p.90-113.

LUIZ, L.; ASSIS, P. O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: Anais do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Caxias do Sul-RS, 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-0302-1.pdf>. Acesso em: 24 jan. 2025.

MAGNOLI, A. F.; WILLIAM, D. A.; LEITE, W. Radiodifusão, webrádio e podcast: o ensino do jornalismo em áudio. In: **Conhecimento & Diversidade**, v. 12, n. 27, maio/ago. 2020, p. 144 – 157. Disponível em: https://revistas.unilasalle.edu.br/index.php/conhecimento_diversidade/article/view/7177. Acesso em: 19 dez. 2024.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisas, elaboração, análise e interpretação de dados**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MEDEIROS, M. S. **Transmissão Sonora Digital: um estudo de caso dos modelos radiofônicos e não radiofônicos na comunicação contemporânea**. (Dissertação). Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador-BA, 2007.

_____. Podcasting: produção descentralizada de conteúdo sonoro. In Anais do XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Rio de Janeiro-RJ, 2005. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R2021-1.pdf>. Acesso em: 16 dez. 2024.

PELLEGRINI, P. As rádios FM de São Luís no cenário da desmaterialização da música. In: **Cambiassu**, v.15, n.16, jan./jun., 2015. Disponível em: <https://periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/cambiassu/article/view/3610/1626>. Acesso em: 18 jan. 2025.

PODCAST CONECTADOS SLZ. **Podcast Conectados SLZ**. 2015. Disponível em: <http://podcastconectadossz.blogspot.com/>. Acesso em: 15 fev. 2025.

PONTES, Larissa Holanda. Entrevista concedida à Naassom Saboia Saldanha Júnior via WhatsApp. (Áudio Digital). São Luís, Maranhão, 13 fev. 2025.

PRATA, N. **Webrádio: novos gêneros, novas formas de interação**. 2ª ed. Florianópolis-SC: Editora Insular, 2012.

PRIMO, A. O aspecto relacional das interações na Web 2.0. In: **E-Compós**, v.9. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/153>. Acesso em: 19 dez. 2024.

SANTOS, N. H. M. **O discurso do movimento Música Popular Maranhense (MPM) na década de 1970**. (Tese) Doutorado em Linguística. Universidade Federal do Ceará, Fortaleza-CE, 2015.

SILVA, G. P. Preservação do patrimônio cultural como estratégia utilizada para manutenção do poder político. In: **Revista de Políticas Públicas**, Número Especial, out. 2012, p. 253-262. Disponível em: <https://periodicoeletronicos.ufma.br/index.php/rppublica/article/view/1372>. Acesso em: 16 fev. 2025.

SOUSA, A. S.; OLIVEIRA, G. S.; ALVES, L. H. A Pesquisa bibliográfica: princípios e fundamentos. In: **Cadernos da FUCAMP**, v.20 n.43, 2021. Disponível em: <https://revistas.fucamp.edu.br/index.php/cadernos/article/view/2336>. Acesso em: 15 fev. 2025.

SOUSA, S. **Guia Interativo Podcast para Organizações**. (E-book). São Luís-MA: PPGCOMPro, 2022.

VANASSI, G. C. **Podcasting como processo midiático interativo**. (PDF). Caxias do Sul-RS: Universidade de Caxias do Sul, 2007.

WITT, S. **Como a música ficou grátis**: O fim de uma indústria, a virada do século e o paciente zero da pirataria. Rio de Janeiro-RJ: Intrínseca, 2015.

APÊNDICES

GRAVAÇÃO REVIVERSO: EPISÓDIO 1 – Inaldo Barros/Bastardz

DATA DA ENTREVISTA: 09/01/2025

Tópico guia para entrevista

ABERTURA E APRESENTAÇÃO DO PODCAST

APRESENTAÇÃO DO ENTREVISTADO

Perguntas

1. COMO FOI SEU INÍCIO NA CARREIRA MUSICAL?
2. COMO FORAM OS PRIMEIROS CONTATOS COM A CRIAÇÃO DE CONTEÚDO AUTORAL EM SÃO LUÍS?
3. VOCÊ JÁ PASSOU POR DIVERSAS BANDAS E PROJETOS, COMO VOCE AVALIA O SEU CRESCIMENTO PESSOAL COMO MUSICO?
4. QUAIS FORAM AS PRINCIPAIS DIFICULDADES?
5. COMO VOCE AVALIA A CENA MUSICAL MARANHENSE?
6. E SOBRE O FUTURO? COMO VOCÊ VE A CENA MUSICAL INDEPENDENTE DE SÃO LUÍS NO FUTURO?

GRAVAÇÃO REVIVERSO: EPISÓDIO 2 – Lucas Alexandre/Apolo 03

DATA DA ENTREVISTA: 14/01/2025

Tópico guia para entrevista

ABERTURA E APRESENTAÇÃO DO PODCAST

APRESENTAÇÃO DO ENTREVISTADO

Perguntas

1. COMO VOCÊ INICIOU NA CARREIRA MUSICAL?
2. QUAIS FORAM AS SUAS INSPIRAÇÕES PARA CRIAR UMA BANDA? JÁ PASSOU POR OUTRAS ANTES DESSA PRINCIPAL?
3. COMO ESTA SENDO ESSA NOVA EXPERIÊNCIA EM SER UM FRONTMAN, O LÍDER DA BANDA?
4. QUAIS FORAM AS PRINCIPAIS DIFICULDADES EM TOCAR AQUI EM SÃO LUÍS?
5. A SUA BANDA MUDOU DE BANDA COVER PARA AUTORAL, COMO FOI ESSA MUDANÇA?
6. COMO ESTA SENDO ESSE NOVO MOMENTO DA BANDA?
7. E SOBRE O FUTURO? COMO VOCÊ VE A CENA MUSICAL INDEPENDENTE DE SÃO LUÍS NO FUTURO?