



MANUAL PARA PRODUÇÃO DE PODCASTS

DEMANDANTE

Brasília, 2020

FICHA TÉCNICA

Presidente do FNDE

Marcelo Lopes da Ponte

ASSESSORIA TÉCNICA DE EDUCAÇÃO CORPORATIVA

Assessor Técnico de Educação Corporativa

Carlos Alfredo Sitta Fortini

Coordenação de Criação

Fabício Batista de Araújo

Elaboração e Redação

Sarah de Oliveira Santana

Capa e Diagramação

Helam da Costa Sobrinho

Revisão de Textos

Lana Karla Duque Neves



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	4
1 MAPEAMENTO DA NECESSIDADE	5
1.1 Situação	5
1.2 Público-alvo	5
1.2.1 Externo	5
1.2.2 Interno	6
1.3 Linguagem e apresentação	6
2 ESCOLHA DO FORMATO	6
2.1 Estrutura de apresentação e abordagem	6
2.2 Tipos de formatos	6
3 PRODUÇÃO DO ROTEIRO	7
3.1 Estrutura de roteiro	8
4 CAPTAÇÃO DE ÁUDIO	9
5 IDENTIDADE VISUAL	10
6 EDIÇÃO DE ÁUDIO	10
7 VALIDAÇÃO	10
8 PUBLICAÇÃO	11
8.1 Texto para publicação	11

APRESENTAÇÃO

A evolução da tecnologia e a consolidação da internet como principal ferramenta de comunicação impulsionaram o desenvolvimento de novas mídias. Nesse contexto, emerge o podcast, um programa de áudio semelhante ao rádio, mas com diferente distribuição. Essa tecnologia distribui conteúdo por meio da internet, sendo possível o seu *download*¹ ou *streaming*², e permite ao público o consumi-lo quando e onde lhe for mais viável.

A possibilidade de conteúdo *on demand*³ é um dos diferenciais do podcast, uma vez que o receptor escolhe o que irá consumir, personalizando o conteúdo. Dessa forma, explorar o uso de podcasts pode contribuir para um aperfeiçoamento profissional contínuo e, no âmbito da Educação Corporativa, auxiliar no desenvolvimento da autonomia no processo de ensino-aprendizagem, oferecendo ao público-alvo a oportunidade de escolha do momento para o consumo da mídia, que pode ser reproduzida no celular, no som do carro, em computadores, tablets, e dispositivos móveis em geral.

Em função da mobilidade, o podcast propicia também uma maior abrangência em relação ao público. Sua vasta capilaridade promove um maior acesso à informação, pois, além de alcançar mais pessoas, dispõe de acesso simples e distribuição célere. Ademais, a produção de um podcast tem baixo custo e fácil manutenção, diminuindo os riscos de descontinuidade do produto.

1 Copiar o arquivo para o computador local, podendo ser reproduzido offline.

2 Transmissão instantânea do áudio por meio do tráfego de dados da internet, ou seja, on-line.

3 “Sob demanda”, em tradução livre. O usuário escolhe o conteúdo a ser reproduzido dentro vários disponíveis.

1 MAPEAMENTO DA NECESSIDADE

Para o desenvolvimento de um produto que preste assistência técnica ao público-alvo, é necessário que a equipe de Educação Corporativa esteja a par das necessidades da equipe demandante. Com a anuência da chefia, a equipe demandante deve agendar uma **reunião de briefing** com o responsável pela área de Criação.

A produção não será incluída no cronograma da Educação Corporativa enquanto a chefia da área demandante não der ciência ao projeto.

Nessa reunião, serão informados pela área demandante todos os pontos relevantes sobre o produto: situação, objetivo geral, objetivo específico, público-alvo, linguagem, formatos etc.

A equipe de Educação Corporativa entenderá a demanda e apresentará um esboço da produção e do cronograma. Ainda nesse encontro inicial, haverá o encaminhamento para reunião de apresentação do Projeto, para que a área demandante entenda a proposta e valide a definição de papéis de membros de ambas as equipes, a estratégia de comunicação entre as equipes e o gerenciamento de riscos do projeto.

O responsável pela Criação poderá, a qualquer momento, convocar um dos técnicos da equipe de Criação para sanar eventuais dúvidas a respeito do desenvolvimento do produto.

1.1 Situação

É importante que a equipe demandante tenha, de forma objetiva, o objetivo estratégico da ação.

Exemplo 1:

A Coordenação CGABC observa que não tem conseguido obter resultados do Programa PQRS, por erros de preenchimento recorrentes no Sistema STUV.

Então, a equipe de Educação Corporativa desenvolve um produto para prestar assistência técnica a respeito do Sistema STUV, dando ênfase em informações que ajudem a dirimir os equívocos observados pela área demandante.

1.2 Público-alvo

1.2.1 Externo

O Brasil é um País de dimensão continental, e apresenta uma diversidade de cenários, especialmente em relação à gestão escolar. Dessa forma, para garantir a eficácia da assistência técnica, a Educação Corporativa segmenta seus produtos de acordo com as características de cada público-alvo. Assim, é necessário que a área demandante apresente o perfil de cada agente integrante do público a ser atendido, para que a equipe consiga desenvolver um produto que tenha boa recepção pelo público.

Considere a situação hipotética apresentada no **Exemplo 1**.

Suponha que o Sistema STUV seja preenchido pelo Secretário de Educação e por um Técnico. Sabe-se que as informações a serem prestadas pelo secretário são mais subjetivas, e os dados preenchidos pelo técnico são objetivos. Assim, será desenvolvido um formato adequado ao técnico, e outro ao secretário, ainda que a respeito do mesmo assunto.

1.2.2 Interno

Como público interno, considera-se todos os colaboradores do FNDE. Ainda que o público seja parte da Casa, é necessário que a área demandante descreva o perfil a ser atingido. Diferente do processo em relação ao público externo, nesse caso não é necessário um estudo detalhado do público, uma vez que a própria Educação Corporativa consegue delinear os perfis da Autarquia.

1.3 Linguagem e apresentação

Ao considerar os aspectos do público-alvo, também é escolhida a forma de apresentação do conteúdo, que pode ter um tom mais didático ou mais narrativo; e adequada a linguagem, formal ou informal.

Independente da proposta, o podcast, por natureza, apresenta uma linguagem mais informal, ainda que necessário o uso de termos técnicos.

2 ESCOLHA DO FORMATO

2.1 Estrutura de apresentação e abordagem

O tema pode ser apresentado de forma única, em um bloco/episódio único; ou em vários blocos de um mesmo episódio, dividindo cada bloco para um tópico, com o objetivo de obter maior clareza na exposição das informações.

Temas longos, complexos ou que precisam de uma divulgação a longo prazo podem ser apresentados em forma de série, contendo 2 ou mais episódios. Cada episódio pode tratar de um único assunto ou vários, organizados por tópicos, como explicado no parágrafo anterior.

2.2 Tipos de formatos

O podcast apresenta uma ampla possibilidade de formatos, então, é possível escolher a melhor forma de apresentar o conteúdo ao público. Entre os formatos mais tradicionais estão o Radiofônico, a Mesa Redonda e a Entrevista.

- **Radiofônico:** narração de texto aprovado previamente, com possibilidade de inserção de áudios

externos.

Esse formato tem um caráter mais informativo, ideal para orientações pontuais e solução de dúvidas sobre programas e ações. Indicado para todos os tipos de público-alvo.

Exemplo: Minuto FNDE - <https://soundcloud.com/user-826976910/06-03-20-jornada-ean>

• **Mesa Redonda/Painel:** três ou mais pessoas conversando sobre um assunto, seguindo a linha mestra aprovada anteriormente.

Esse formato é mais usado para conteúdos transversais, que perpassam diferentes áreas do órgão. É interessante para reunir diferentes perspectivas de um mesmo assunto e apresentar informações de maneira abrangente. Indicado para pautas em que o público-alvo seja o próprio FNDE ou outros órgãos da Administração Pública.

Exemplo: Podcast Mamilos - <https://www.b9.com.br/shows/mamilos/mamilos-242-coronavirus-economia-infected/>

• **Entrevista:** troca de experiência de maneira natural, principalmente com algum técnico com vasto conhecimento sobre a pauta. Também segue a linha mestra aprovada anteriormente.

Esse formato apresenta uma estrutura menos engessada, com fluidez entre o apresentador e o entrevistado. É indicado para conteúdos com público-alvo mais restrito, que já tenha certo domínio do assunto, pois perguntas desnecessárias do apresentador no roteiro podem prejudicar a dinâmica da entrevista.

Exemplo: Community Cast - <https://anchor.fm/community-cast/episodes/3---Como-conciliar-a-carreira-freelancer-com-o-trabalho-CLT-e7plo5/a-at5t24>

3 PRODUÇÃO DO ROTEIRO

É importante a participação efetiva da equipe demandante na produção do roteiro, tanto para colaborar com a redação quanto para a validação do conteúdo.

As informações a serem apresentadas no roteiro dependem de prévia apresentação para a equipe de Educação Corporativa, seja em reunião de briefing ou por e-mail. Caso a área tenha algum material disponível a respeito do tema a ser apresentado, ele pode ser usado como material de base para a produção do roteiro.

Por exemplo, a CGABC, ainda na implementação do Sistema STUV, lançou um Manual sobre o Sistema. Este Manual pode ser usado para basear o roteiro.

A depender do formato escolhido (ver capítulo 2), redige-se o roteiro com estruturas diferentes.

3.1 Estrutura de roteiro

Para o formato Radiofônico, é interessante que o texto definitivo (a ser narrado) esteja todo escrito e validado.

Veja, a seguir, o exemplo de um roteiro Radiofônico para o Cartão PNAE:

O FNDE, em parceria com o Banco do Brasil, criou o Cartão PNAE. Esse cartão será usado nas compras para a Alimentação Escolar, proporcionando mais agilidade, controle e transparência na utilização dos recursos. O Cartão possibilita o uso na função crédito, além de compras pelo telefone e internet, e uso do autoatendimento do Banco do Brasil.

O Cartão é voltado às Unidades Executoras e Entidades Executoras, independentemente da forma de gestão (centralizada, mista ou descentralizada), que terão seu CNPJ vinculado ao Cartão.

Após a adesão, o FNDE, de forma automatizada, abrirá a conta de relacionamento da Entidade Executora junto ao Banco do Brasil.

Cada Secretaria de Educação ou Município terá apenas 1 conta, e estabelecerá os limites de uso para cada portador. É recomendado que a Entidades Executora avalie a quantidade de alunos e a modalidade de ensino como critérios.

Ainda há a possibilidade de habilitar cartões para as Entidades Executoras e UEX, ou para EEX, UEX e Centros de Custos.

Vale lembrar que não é permitido o depósito de recursos próprios na conta deste cartão, pois serão mantidas as regras aplicadas à conta de recebimentos.

Para a aquisição dos alimentos, continua em vigor a Lei 8.666 e suas correlatas, tendo sempre como preferência a modalidade pregão eletrônico, além das regras para a aquisição de alimentos da agricultura familiar.

É muito importante que a Unidade Executora e Entidade Executora orientem os fornecedores da Agricultura Familiar a respeito da adesão ao pagamento via cartão. É prático e o pagamento demora apenas 24 horas para cair na conta corrente do fornecedor.

Para mais informações sobre o Cartão PNAE, entre em contato pelo e-mail coefa@fnde.gov.br e assista ao nosso vídeo explicativo no endereço XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX.

Nos formatos Mesa Redonda e Entrevista, pela natureza do formato, entende-se que a fala de cada participante deve ser fluída e espontânea, seguindo apenas uma linha mestra, a ser validada e estudada antes da gravação. Essa linha mestra apresenta os tópicos a serem desenvolvidos durante a gravação, seja ele em forma de perguntas e respostas ou em uma conversa informal*4.

4 *O conceito de informalidade aqui tratado respeita todos os princípios da Administração Pública. O objetivo é apenas apresentar uma maior naturalidade em relação ao tema, para romper o filtro afetivo do público-alvo em relação ao FNDE.

Veja, a seguir, a linha mestra do formato Entrevista sobre o Formação Pela Escola:

1) Como surgiu o programa?

- Problema
- Público-alvo
- História
- Normatização

2) Como é o processo de produção dos cursos?

- Área
- DI
- Revisão
- Diagramação
- UFG

3) Como funciona na ponta?

- Quem pode participar
- Como são as inscrições (alunos, monitores, multiplicadores)

4) Fala final: ênfase na importância da Educação Corporativa para a correta execução das Políticas Públicas do FNDE.

Todos os roteiros serão submetidos à avaliação da Educação Corporativa, da Área Demandante e da Assessoria de Comunicação (ASCOM).

4 CAPTAÇÃO DE ÁUDIO

A captação de áudio é a produção do produto bruto para a edição. De acordo com o formato e roteiro propostos, o áudio é captado no Estúdio Multimídia do FNDE, sob a supervisão da equipe de Educação Corporativa. No caso de áudios externos (como falas ou depoimentos pertinentes ao assunto), o áudio pode ser gravado e enviado à Educação Corporativa por whatsapp ou e-mail.

ORIENTAÇÕES PARA A GRAVAÇÃO

- **Não seja prolixo.**
- **Tenha domínio do conteúdo.**
- **Ensaie o roteiro previamente.**
- **Evite repetições.**
- **Faça uso de termos técnicos apenas quando necessário.**
- **Apresente exemplos práticos para suas explicações.**

- No caso de Mesa Redonda, fale apenas na sua vez, para não sobrepor o áudio.
- No formato radiofônico, ensaie o texto a ser lido, marcando as pausas necessárias.

5 IDENTIDADE VISUAL

Para agregar originalidade ao produto, a Educação Corporativa, junto à área demandante, desenvolve uma identidade visual própria para o projeto. Podem ser criadas logos, capas para episódios, *cards* para mídias etc., tudo de forma personalizada e com relação ao tema apresentado.

A arte produzida traz unicidade para o projeto, uma vez que pode ser usada a mesma identidade visual para vários produtos de um mesmo projeto. Por exemplo, se forem demandados podcasts e vídeos sobre o mesmo tema, a Educação Corporativa pode desenvolver as artes para aplicação nos dois produtos.

6 EDIÇÃO DE ÁUDIO

A edição do áudio dá forma ao material bruto. É nessa etapa que são feitos os cortes e as inserções de áudios externos. A montagem sempre segue o que foi proposto no roteiro, por isso é importante que o roteiro seja validado de maneira definitiva ainda na etapa 3.

É possível inserir uma vinheta de abertura personalizada ou já utilizada. Exemplo: a Jornada de EAN já tem materiais audiovisuais lançados. Para o projeto seguir com coerência, a vinheta utilizada pode ser a mesma anterior.

Para projetos novos, pode-se inserir uma vinheta nova, de acordo com os direitos autorais vigentes.

Em caso de podcasts divididos em blocos, pode-se inserir uma vinheta entre os blocos (cortina) para dar mais fluidez ao episódio.

7 VALIDAÇÃO

A validação do produto finalizado deve ser feita por três frentes:

- pela Educação Corporativa (ASSEC), no âmbito da Educação Corporativa;
- pela Assessoria de Comunicação (ASCOM), no âmbito da Comunicação Institucional; e
- pela Área Demandante, no âmbito técnico.

Esse processo é importante, pois qualquer divergência em relação às normas pode deixar nosso produto sujeito ao veto na hora da publicação.



8 PUBLICAÇÃO

A publicação será organizada pela equipe ASSEC, em parceria com a ASCOM. Essa responsabilidade evita que produtos finalizados deixem de ser publicados por qualquer problema da área demandante.

Na ordem de serviço haverá um campo para que o responsável pelo projeto concorde com a delegação dessa atividade à ASSEC.

8.1 Texto para publicação

Junto ao podcast, redige-se um texto para publicação, resumindo ou apresentando o conteúdo apresentado. Esse texto pode ser vinculado na plataforma em que o episódio for divulgado, seja no Portal FNDE, Mídias Sociais, SoundCloud, Youtube etc.

