



---

## **Programa Ineditados: estudo de caso de uma nova interface com a comunidade da Editora UFSM<sup>1</sup>**

Jéssica Dalcin DA SILVA<sup>2</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, Rio Grande do Sul

### **RESUMO**

Este trabalho vem relatar a experiência do uso de mídias audiófilas para a divulgação de produtos editoriais, por meio do estudo de caso do Programa Ineditados, desde 2022 implementado com o projeto especial pela gestão da Editora UFSM. Contando com a experiência, em podcasts, de uma servidora da instituição, criou-se um cenário favorável de que os episódios, inicialmente pensados para o formato podcast (ou seja, gravados e editados), pudessem ser conduzidos ao vivo, em horário disponibilizado pela rádio UniFM 107.9. Atualmente, decorridos dois anos do Programa, com episódios que tratam da estrutura da Universidade Federal de Santa Maria, assim como dos materiais produzidos pela Editora da UFSM, o Ineditados – Conversas para Além do Livro tem horário fixo às segundas-feiras, 13h, na grade de horários da UniFM 107.9, mostrando a construção de uma comunidade que acompanha e responde aos estímulos provocados pelo Programa, seja na adesão às campanhas lançadas, ao comparecimento em eventos e outras iniciativas condizentes com o tema ‘livro’, mostrando-se efetivo e prenante junto de outros braços da Editora UFSM.

**PALAVRAS-CHAVE:** podcast; divulgação; áudio; rádio.

### **INTRODUÇÃO**

Em 2022, com nova gestão assumindo a reitoria da Universidade Federal de Santa Maria, assim como a Editora UFSM, surgiu a necessidade de repensar algumas estratégias de comunicação. Contando com a experiência, em podcasts, de uma servidora da instituição, houve o convite para que ela integrasse a equipe, na intenção de veicular um podcast semanal, que utilizaria o estúdio da rádio UniFM 107.9 para ser gravado e veiculado na forma de podcast semanal. Porém, no dialogar com a direção da UniFM,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no 6º Seminário Brasileiro de Edição Universitária e Acadêmica & 36ª Reunião Anual da ABEU.

<sup>2</sup> Doutora em Educação e Gestora de Processos na Editora UFSM, e-mail: jessica.silva@ufsm.br.

criou-se um cenário favorável de que os episódios pudessem ser conduzidos ao vivo, em horário disponibilizado pela rádio.

Por isso, dentro das expectativas de direcionamento editorial dos episódios, surgem alguns objetivos que também acabam por nortear este trabalho:

- relatar a experiência do uso de mídias audiófilas para a divulgação de produtos editoriais;
- ponderar sobre meios não-impessos, por meio da simbiose entre estes e a valorização do conteúdo, em vez da forma, do produto livro;
- buscar maior entendimento do ciclo do livro, desde sua concepção, até o engajamento do autor nas vendas;
- compreender por que determinados títulos possuem maior resposta de público do que outros da mesma área de interesse, ou atualidade/relevância do tema;
- atingir novos públicos e, por conseguinte, figurar como gerador e estimulador de novas experiências em contextos afins.

Ainda assim, os episódios veiculados ao vivo na rádio são gravados no formato mp3 e disponibilizados em plataformas de distribuição de podcasts, para que a permanência dos arquivos crie uma leitura dos trajetos dentro do espaço-tempo da Editora UFSM. A escolha por esse formato ocorreu em virtude de a UFSM oportunizar formas de veiculação sem grandes custos de produção, em um acesso dinamizado para um grande público, com portabilidade e sem muito consumo de rede internet.

## HISTÓRICO

A origem do podcast está ligada à evolução da tecnologia de distribuição de áudio e à popularização da internet. A palavra podcast é uma combinação de *iPod* (o tocador de mídia da Apple) e *broadcast* (transmissão). O termo foi cunhado pelo jornalista Ben Hammersley em um artigo do *The Guardian* em 2004 (HAMMERSLEY, 2004), mas o conceito de compartilhar arquivos de áudio via internet é um pouco anterior. Um dos primeiros exemplos de algo próximo ao podcast foi o programa *Radio UserLand* de Dave Winer, em 2000, que permitia que qualquer pessoa criasse e distribuísse conteúdo de



áudio na internet. Outra figura importante foi Adam Curry, um ex-VJ da MTV, que criou o *iPodder*, um software que automatizava o download de arquivos de áudio, permitindo aos usuários baixar automaticamente os episódios e ouvi-los em seus iPods ou outros dispositivos. Esses momentos-chave mostram como o *podcasting* evoluiu de uma ferramenta experimental para uma mídia poderosa. O formato continua a crescer, com um número crescente de criadores e ouvintes em todo o mundo. O crescimento dos podcasts no Brasil tem uma trajetória particular, marcada pela adoção gradual da tecnologia e pelo surgimento de conteúdos que capturaram o interesse do público.

O primeiro podcast brasileiro é amplamente reconhecido como o *Digital Minds*, criado por Danilo Medeiros em outubro de 2004. Danilo foi inspirado pelo movimento que começava a surgir nos Estados Unidos e adaptou a ideia para o contexto brasileiro; discutia tecnologia, cultura digital e outros temas relacionados. Nos primeiros anos, o *podcasting* no Brasil era um fenômeno de nicho, restrito principalmente a entusiastas de tecnologia e inovação. Os recursos para produção e distribuição ainda eram limitados, e o público geral tinha pouco conhecimento sobre o formato.

Representante da atual lógica de consumo midiático sob demanda e assíncrono, a oferta de conteúdos sonoros no formato de podcasts libera o consumidor das tradicionais grades de programação com horários fixos e a necessidade de atenção constante para oferecer-lhe possibilidades de consumo personalizado: quando, onde e como desejar (QUADROS, M. in SCHEID, MACHADO & PÉRSIGO, 2019, p.54).

Aos poucos, o termo *podcast* começou a se tornar mais conhecido no Brasil, especialmente entre jovens e usuários da internet. Durante esse período, surgiram alguns podcasts que ajudaram a expandir o formato, como o *Nerdcast*, do site Jovem Nerd, lançado em 2006. O *Nerdcast* se tornou um dos podcasts mais populares do Brasil, abordando temas como cultura pop, ciência, história e humor. Entre 2009 e 2014, surgiu uma comunidade crescente de criadores e ouvintes de podcasts. Além do *Nerdcast*, outros programas como o *Matando Robôs Gigantes* (focado em cinema, quadrinhos e jogos) e o *Mamilos* (debates sobre temas da atualidade) também começaram a ganhar audiência significativa.



A partir de 2015, o *podcasting* no Brasil começou a crescer de forma mais acelerada. Isso se deve a uma combinação de fatores, como o aumento do acesso à internet, a popularização dos smartphones e a expansão das plataformas de *streaming*, como *Spotify* e *Apple Podcasts*. Esses fatores tornaram mais fácil o consumo de podcasts e contribuíram para o aumento do público. Com o crescimento da audiência, houve uma diversificação significativa dos temas abordados pelos podcasts brasileiros. Além dos tradicionais programas de cultura pop, surgiram podcasts de jornalismo, como o *Café da Manhã da Folha de S.Paulo* (2019), e programas de entrevistas como *O Assunto*, do G1, apresentado por Renata Lo Prete. Alguns podcasts se tornaram fenômenos de audiência, alcançando milhões de ouvintes mensais. Programas como *Praia dos Ossos*, um podcast documental da Rádio Novelo lançado em 2020, receberam elogios tanto do público quanto da crítica, demonstrando a força do formato para contar histórias complexas e envolventes. O *podcasting* no Brasil está cada vez mais diversificado, com uma multiplicidade de formatos, incluindo ficções sonoras, debates, *storytelling* e programas educativos. Além disso, o formato tem sido uma plataforma importante para vozes e temas que não encontram espaço em outras mídias tradicionais. O podcast no Brasil passou de um nicho tecnológico para um meio de comunicação amplamente popular e diversificado. Com a profissionalização do setor e o crescimento contínuo da audiência, o formato continua a evoluir e se consolidar como uma importante plataforma de conteúdo no país (DUARTE, 2019).

O *Rádiofobia* é um destes podcasts de destaque no cenário nacional, tanto na popularização do formato quanto na sua profissionalização. Lançado em 2009 por Léo Lopes, o *Rádiofobia* começou como um podcast de humor e entrevistas, mas seu impacto vai muito além do entretenimento, contribuindo ativamente para a estruturação e crescimento da comunidade de *podcasters* no Brasil. Se destaca por sua abordagem inclusiva e por criar um espaço de diálogo entre *podcasters* e ouvintes. Isso ajudou a formar uma comunidade ativa de criadores e fãs de podcasts no Brasil, que colaboram e trocam experiências. O programa incentivou muitos ouvintes a iniciarem seus próprios podcasts, expandindo a cena do *podcasting* nacional. Embora tenha começado como um podcast de humor, tem abordado uma ampla gama de temas ao longo dos anos, incluindo



cultura pop, rádio, dublagem, e até o próprio universo dos podcasts. Isso ajuda a mostrar a flexibilidade do formato e inspirou a criação de outros programas com temas variados – entre eles, o Ineditados.

Além de produzir conteúdo, Léo Lopes se tornou uma figura central na capacitação de novos *podcasters*. Ele oferece cursos, palestras e *workshops* sobre produção de podcasts, abordando desde questões técnicas até estratégias de conteúdo e marketing. Esses esforços ajudaram a formar uma geração de *podcasters* mais preparados e conscientes do potencial do formato. O Rádiofobia foi pioneiro em estabelecer parcerias com outros programas e criadores, promovendo a colaboração dentro da comunidade – elemento crucial para o fortalecimento do *podcasting* no Brasil, criando uma rede de apoio e divulgação mútua entre os criadores. Portanto, ocupa um lugar importante na história do *podcasting* brasileiro, sendo reconhecido tanto por sua contribuição ao humor e ao entretenimento, quanto por seu papel na profissionalização e na construção da comunidade de podcasters no Brasil.

Jéssica Dalcin da Silva é uma podcaster e integrante do Rádiofobia Podcast e Multimídia. Ela é conhecida por sua participação no Rádiofobia, onde atua como co-apresentadora e colaboradora, como uma das vozes femininas do podcast, ajudando na diversificação do conteúdo, agregando valor às discussões e dinâmicas do programa. Também é servidora pública na Universidade Federal de Santa Maria (UFSM) desde 2008, e organizou a antologia *Sussurros da Boca do Monte* (2017), um projeto financiado coletivamente que explora aspectos culturais e históricos de Santa Maria, no Rio Grande do Sul, atuando ativamente na consultoria de outros projetos culturais. Sendo assim, foi convidada a ser apresentadora do Ineditados Podcast, que acabou por se tornar, também, programa na rádio UniFM 107.9. O Ineditados oferece diálogos que vão ‘para além do livro’, usando as obras publicadas pela editora como ponto de partida para discussões que abordam temas variados, educativos e divertidos. O podcast não apenas explora o conteúdo dos livros, mas também oferece um panorama sobre o processo editorial, as histórias por trás das publicações e as perspectivas dos autores. O primeiro episódio, por exemplo, traz uma conversa entre Jéssica e Enéias Tavares, Diretor da Editora da UFSM (gestão 2022-2025), sobre suas experiências e ideias que levaram à criação do projeto.



Ineditados veio a se revelar uma boa escolha para quem se interessa por literatura, educação e o universo editorial, e pode ser acessado em plataformas como *YouTube* ([www.youtube.com](http://www.youtube.com)), *Amazon Music* ([www.amazon.com](http://www.amazon.com)), e *Spotify* ([www.spotify.com](http://www.spotify.com)).

## RESULTADOS

Após o primeiro ano de experiência do programa, de setembro de 2022 a agosto de 2023, o projeto mostrou-se consolidado e com bom retorno de público. Aliado à Agenda da Editora UFSM (que calendariza, por mês, as ações a serem realizadas pelo setor, na forma de um pôster colecionável, em projeto já exposto nas apresentações de 2023), tem sido um auxílio na divulgação de ações de forma coordenada, criando uma espinha dorsal que norteia e organiza os temas, os lançamentos e as iniciativas a serem apresentadas ao público. Observa-se que o público é bastante abrangente, visto que a equipe recebe manifestações das mais diversas sobre os assuntos tratados nos episódios do programa, seja do público interno da UFSM – como um equipamento de endomarketing –, como a comunidade externa, que se interessa em razão de projetos de extensão, atividades no campus – que é aberto ao público para passeio –, entre outras iniciativas. Dessa forma, os relatos apresentados somam, também, na forma de narrativas orais, como aporte patrimonial para a instituição, em virtude do justo recorte de tempo e espaço que os caracteriza (SCHEID, MACHADO & PÉRSIGO, 2019).

De setembro de 2023 até a presente data, os episódios entram em seu segundo ciclo. Para o atual cenário, com os episódios já fazendo parte da sazonalidade das ações da Editora UFSM, espera-se que o programa Ineditados impacte mais diretamente na vendagem de alguns títulos. Enquanto a ‘primeira temporada’ caracterizou-se por trazer informações institucionais primárias, ou seja, falando sobre a estrutura que caracteriza as formas como a instituição funciona (com foco nas Unidades de Ensino e os lançamentos para o ano), o segundo ciclo agrega, aos lançamentos de 2024, também títulos anteriores – cujos autores farão uso do espaço do programa para revivificar o interesse em temas os quais a atualidade permanece, e assim, reativar a distribuição destes.



---

Atualmente, decorridos dois anos do Programa, com episódios que tratam da estrutura da Universidade Federal de Santa Maria, assim como dos materiais produzidos pela Editora da UFSM, o Ineditados – Conversas para Além do Livro tem horário fixo às segundas-feiras, 13h, na grade de horários da UniFM 107.9, mostrando a construção de uma comunidade que acompanha e responde aos estímulos provocados pelo Programa, seja na adesão às campanhas lançadas, ao comparecimento em eventos e outras iniciativas condizentes com o tema ‘livro’, mostrando-se efetivo e pregnante junto de outros braços da Editora UFSM.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Enquanto projeto ainda recente, estima-se a continuidade do programa Ineditados. Alguns desafios estão previstos; entre eles, possíveis trocas de gestão que são inerentes aos ciclos acadêmicos. Já houve manifestação da Rádio UniFM para que o programa permaneça – mesmo que, na sua intencionalidade inicial, soubéssemos que seria algo temporário. Este convite à continuidade, ainda que em outro horário, muito honra a equipe da Editora UFSM, e em especial, a profissional condutora do programa.

Porém, já foi observado que o horário das 13h, horário em que o episódio vai ao ar ao vivo, é bastante pregnante para a comunidade universitária, em virtude de as pessoas estarem escutando rádio no carro, nos deslocamentos para intervalo entre os turnos da manhã e da tarde. Para o público que acompanha os episódios no formato podcast, a expectativa é de que não haja alteração na forma de consumo, que se dá no formato de download sob demanda.

## REFERÊNCIAS

DUARTE, F. **Podcast**: produção, distribuição e consumo. Rio de Janeiro: E-papers, 2019.

HAMMERSLEY, B. **Audible revolution**. The Guardian, 2004.



---

SCHEID, D.; MACHADO, J.; PÉRSIGO, P. **Tendências em Comunicação Organizacional**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2019.

## **OUTRAS BIBLIOGRAFIAS CONSULTADAS**

GARCIA, C.; MITOZO, I. **O podcast como mídia alternativa**: possibilidades de uma comunicação independente e colaborativa. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Curitiba, 2017.

GOMES, M.; COELHO, P. **A era dos podcasts**: como o áudio está reinventando a mídia digital. São Paulo: Contexto, 2011.

PRATA, N. **Rádio e novas mídias**: A comunicação radiofônica na era da convergência tecnológica. São Paulo: Summus Editorial, 2010.