

**O GUIA COMPLETO
PARA CRIAR
O SEU PROGRAMA
DE PODCAST!**



POR FÁBIO LAGE
CEO DA BETAMAX PRODUÇÕES



Sobre o autor	02
Introdução	03
Objetivo do eBook	04
Planejamento	05
Roteirização	09
Perfil do Convidado	13
Equipamentos e Espaço	15
Gravação/Transmissão	17
Publicação	19
Cortes / Pílulas	22
Monetização	25
Conclusão	28

**O GUIA COMPLETO
PARA CRIAR
O SEU PROGRAMA
DE PODCAST!**

FÁBIO LAGE

CEO DA BETAMAX PRODUÇÕES



Formado em Marketing, Fábio Lage acumula **mais de 20 anos de experiência** como fotógrafo. Nos últimos 10 anos, ele expandiu sua atuação para o vídeo, percebendo que a crescente popularidade das tecnologias móveis estava gradualmente substituindo a fotografia estática.

Com a pandemia global de 2020, Fábio identificou uma grande oportunidade no mercado de produções audiovisuais online e decidiu investir fortemente em transmissões ao vivo. Desde então, dirigiu várias produções e eventos empresariais e artísticos, o que culminou na abertura de seu próprio estúdio em 2022.



■ O QUE É UM PODCAST?

Podcast é uma versão moderna dos antigos programas de rádio e televisão, trazendo **a essência dos clássicos talk shows**, mas com uma abordagem mais leve, descontraída e livre de formalidades.

Isso se deve, em parte, ao fato de que muitos hosts de podcasts não são necessariamente jornalistas ou apresentadores profissionais. Esse formato proporciona **liberdade criativa**, onde os temas podem ser explorados de forma mais autêntica e envolvente.

Hoje, os podcasts se consolidaram como uma das principais formas de consumo de conteúdo, conquistando ouvintes fiéis ao redor do mundo. Além de darem **visibilidade tanto ao apresentador quanto aos convidados**, os podcasts são uma poderosa ferramenta para construir autoridade em um nicho específico e fortalecer marcas pessoais e profissionais.

Segundo mostra o relatório do DataReport 2023, o Brasil já é o país que mais consome podcast no mundo, estima-se que **43% dos usuários de internet entre 16 e 64 anos escutam ou assistam pelo menos um podcast por semana**.



■ OBJETIVO DO EBOOK



Este eBook foi criado para guiar você, que deseja criar seu próprio podcast, desde o desenvolvimento da ideia inicial até a consolidação de um programa de sucesso.

Ao longo do guia, você encontrará **dicas práticas, estratégias e recursos para estruturar e lançar seu podcast** de forma eficaz, conquistando audiência e relevância no mercado.





**PLA
NE
JA
MEN
TO**

■ PLANEJAMENTO

Escolha do Tema:

Um dos primeiros e mais importantes passos na criação de um podcast é a escolha de um tema que seja relevante, mas também duradouro.

O segredo para um programa de sucesso está em encontrar um nicho bem definido, mas que permita flexibilidade. Ser específico demais pode limitar seu público, tornando difícil atrair e manter uma audiência sólida o suficiente para monetizar o projeto.

Por exemplo, ao invés de criar um podcast exclusivamente sobre "**barcos à vela**",



Seria mais estratégico abordar o tema "**náutica**" de maneira geral.



Da mesma forma, em vez de focar apenas em "**salva-vidas**", você pode expandir para um programa sobre "**Resgates e Salvamentos**" ou até mesmo "**Corpo de Bombeiros**".

A ideia é manter o foco sem ser excessivamente restritivo, permitindo que seu podcast evolua e atraia novos ouvintes.



PÚBLICO- ALVO

“ Entender quem é o seu público é essencial para moldar o conteúdo do podcast. A linguagem, o estilo e os temas abordados precisam ressoar com o perfil de quem você quer alcançar”

PLANEJAMENTO

Definição do Público-Alvo:

Por exemplo, se você é um cirurgião oncológico, é fundamental definir se o seu podcast será voltado para médicos ou pacientes.

Se o público for composto por médicos, o foco deve ser em temas técnicos, como novas técnicas cirúrgicas, protocolos hospitalares e discussão de artigos científicos, tudo apresentado de forma mais especializada.

Se o público for composto por pacientes, o tom deve ser mais acessível e empático, abordando temas como cuidados pré e pós-operatórios, redes de apoio e processos de recuperação. Adaptar o conteúdo à realidade e necessidade do seu público é o que garante a relevância e a conexão do seu podcast.

Pesquisa de Concorrência:

Um passo crucial para se diferenciar no mercado é avaliar o que outros podcasts dentro do seu nicho estão fazendo. Pesquise concorrentes em plataformas como Instagram, YouTube e outras redes sociais para entender as tendências, buscar ideias inspiradoras e identificar o que está funcionando ou não.

Esse mapeamento não só ajuda a aprimorar a estratégia do seu próprio podcast, mas também permite evitar erros cometidos por outros e implementar diferenciais que o tornem único.

Uma coisa é muito importante nesse primeiro momento é escolher um nome impactante para o seu Podcast! Desenvolver uma identidade visual, de preferência com um profissional, para sair da mesmice e uma palheta de cores que seja harmônica.

A woman with dark hair, wearing a black vest over a light-colored top, is speaking into a microphone. She is looking down at a document on a table. A hand is pointing at the document. The scene is lit with a warm, orange-red light. The word "ROTEIRIZAÇÃO" is written in large, white, bold letters across the middle of the image, with a yellow underline.

ROTEIRIZAÇÃO

“ Um episódio de podcast segue, em geral, uma estrutura clássica de introdução, desenvolvimento e fechamento, mas com maior flexibilidade em comparação a entrevistas tradicionais. O formato mais solto permite que as conversas fluam com mais naturalidade, resultando em episódios que muitas vezes duram mais do que programas de rádio ou televisão”

■ ROTEIRIZAÇÃO

Desenvolvimento:

No corpo do episódio, aprofunde o tema proposto. Se o assunto for profissional, leve a conversa para o lado técnico, estratégico ou opinativo. Se for uma história pessoal, explore momentos marcantes, como um episódio de superação, reviravoltas ou lições de vida. Essa parte é fundamental para manter a audiência engajada, garantindo que o conteúdo entregue valor, entretenimento ou conhecimento.



Fechamento: A parte final do episódio é dedicada a reforçar a presença do convidado e incentivá-lo a compartilhar suas redes sociais e projetos.

Além disso, aproveite o momento para fazer um forte call to action, pedindo aos ouvintes para deixar um like, compartilhar o episódio e seguir o podcast.

Reforce esses pedidos tanto no início quanto no final do programa, para garantir que o público se engaje ativamente.



■ ROTEIRIZAÇÃO

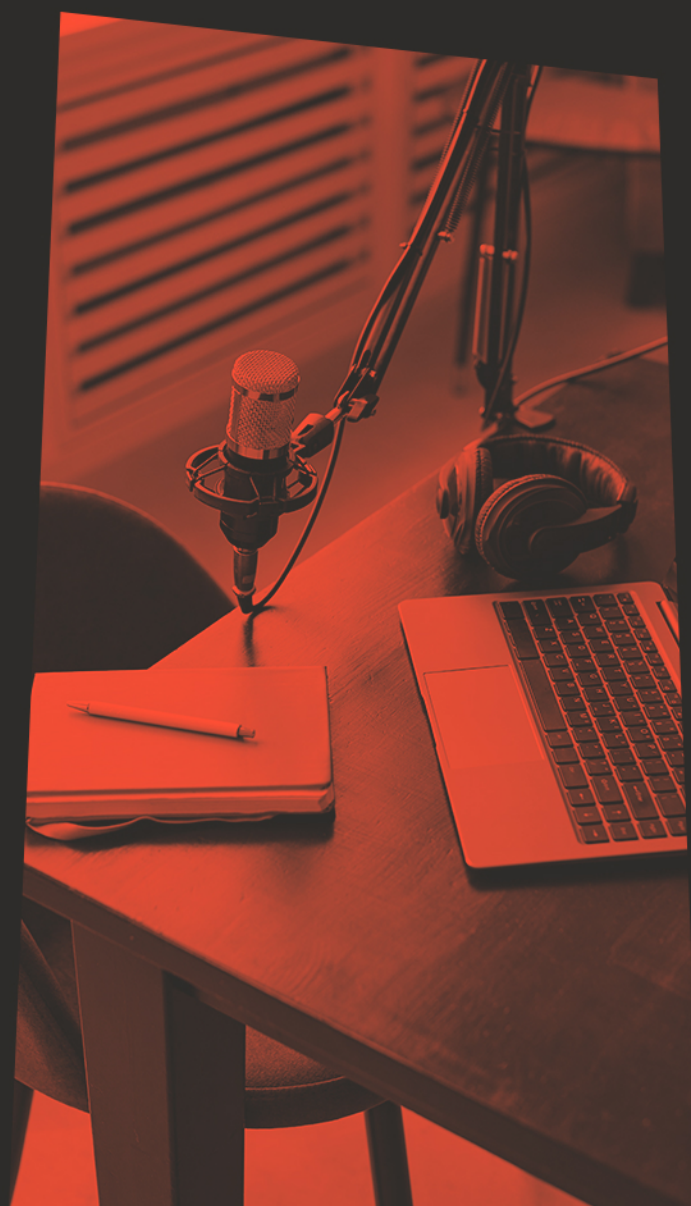
Dicas para Entrevistas:

Realizar uma boa entrevista exige preparação e pesquisa detalhada sobre o convidado.

Assistir a outros podcasts ou entrevistas em que ele tenha participado permite evitar perguntas repetitivas, trazendo mais originalidade ao episódio.

Além disso, um briefing prévio com o entrevistado ou sua equipe pode ser útil para identificar temas que ele prefere não discutir.

No entanto, se o tema for essencial para a entrevista e se o entrevistado não estiver confortável, considere a possibilidade de reformular ou até cancelar o convite, dependendo da relevância do assunto.



Como Manter a Conversa Engajante:

Manter o ritmo de uma conversa é uma arte. Utilize ganchos para conectar tópicos e mantenha o fluxo dinâmico, evitando pausas longas ou mudanças bruscas de assunto. A técnica de storytelling também é valiosa, ajudando a estruturar as falas em torno de histórias que emocionem, inspirem ou ensinem algo aos ouvintes. Use perguntas abertas que permitam respostas mais profundas e gerem discussões interessantes. Isso mantém o ouvinte conectado, evitando que a conversa se torne monótona.

I N I C I O

M E I O

F I M

DICA DE OURO



Lembre-se que o podcast deve refletir **naturalidade e descontração**. Roteiros muito rígidos e repetitivos, que seguem sempre a mesma estrutura em todos os episódios, podem rapidamente perder o interesse do público. Dar espaço para que **a conversa flua de maneira espontânea** é essencial para manter o ouvinte engajado. Quanto mais autêntico e leve for o bate-papo, mais as pessoas irão se conectar com o conteúdo e com os convidados.





PERFIL DO CONVIDADO

■ PERFIL DO CONVIDADO

A chave para o sucesso do seu podcast está diretamente ligada à curadoria de convidados. No início, é fundamental convidar pessoas que estejam genuinamente engajadas com o seu projeto. Convidados que estejam dispostos a colaborar ativamente nas redes sociais, fazer colaborações no Instagram, criar stories e gerar mídia para o episódio podem trazer resultados surpreendentemente positivos.

É importante entender que, muitas vezes, um convidado com um círculo menor ou médio de seguidores engajados pode trazer mais impacto do que uma personalidade com grande influência nas redes sociais, mas que não se envolve tanto com a divulgação. A colaboração sincera e ativa de quem participa é o que realmente pode impulsionar seu canal.

Um exemplo clássico é observar que, em muitos casos, episódios com micro influenciadores (com cerca de 2 a 5 mil seguidores no Instagram) obtêm mais visualizações e engajamento do que episódios com grandes influenciadores (com 500 mil a 1 milhão de seguidores). O segredo está no nível de dedicação e promoção que o convidado oferece ao projeto, e não necessariamente no número de seguidores que ele possui.



EQUIPAMENTOS E ESPAÇO

“ No cenário atual de produção de conteúdo, dificilmente há espaço para materiais amadores. A menos que você seja um produtor audiovisual experiente, é altamente recomendável que busque uma produtora especializada ou alugue um estúdio de podcast para desenvolver seu projeto com qualidade profissional.”

■ EQUIPAMENTOS E ESPAÇO

A escolha do local e dos equipamentos adequados é crucial para o sucesso do seu podcast. O espaço e a equipe que você selecionar impactam diretamente a qualidade do conteúdo produzido, tornando essencial dedicar tempo e atenção a essa etapa do planejamento.

Aluguel de Estúdio:

Se optar por alugar um estúdio, faça uma pesquisa detalhada e agende visitas a locais que atendam às suas necessidades de localização e infraestrutura. Durante as visitas, não hesite em esclarecer todas as dúvidas técnicas sobre os equipamentos disponíveis, como câmeras, microfones, mixers e softwares de edição.

Além disso, certifique-se de que o estúdio oferece iluminação adequada e que o espaço pode ser adaptado para atender às exigências específicas do seu projeto.


Gravação em Casa ou na Empresa:

Caso prefira gravar em casa ou no ambiente de trabalho, é fundamental contratar uma produtora confiável. Solicite referências e assista a programas anteriores produzidos por ela para garantir que a qualidade atenda às suas expectativas. Uma produtora experiente também pode auxiliar na adaptação do ambiente, garantindo condições ideais de gravação em termos de som, iluminação e cenografia.

Priorize a Qualidade:

Nunca subestime a importância de investir em equipamentos de áudio e vídeo de alta qualidade, uma iluminação eficiente e um cenário bem planejado. Mesmo que o conteúdo seja excelente, uma produção técnica de baixa qualidade pode prejudicar o engajamento do público. A primeira impressão é decisiva, e a qualidade de produção influencia diretamente na retenção da audiência.





“ No dia da gravação, a organização e a preparação são cruciais para evitar contratemplos. Certifique-se de agendar com antecedência com seu convidado, levando em consideração possíveis imprevistos, como trânsito ou atrasos. Se o programa for ao vivo, a pontualidade é ainda mais importante, já que o público estará aguardando em tempo real.”

GRAVAÇÃO/ TRANSMISSÃO

■ GRAVAÇÃO/TRANSMISSÃO

Preparação Técnica:

Para garantir a melhor qualidade de produção, é ideal que tanto o áudio quanto o vídeo sejam gravados de forma individual e independente. Isso significa capturar cada câmera e microfone em faixas separadas (multipista). Esse método permite um controle mais preciso na pós-produção, facilitando a correção de erros, como cortes de câmera inadequados ou ajustes de volume entre microfones. A gravação multipista também oferece flexibilidade para gerar conteúdos adicionais a partir de trechos específicos, aumentando a relevância e assertividade das suas edições.

Armazenamento e Backup: É importante lembrar que a maioria dos estúdios não mantém backups dos arquivos por muito tempo, o que torna fundamental que você guarde e organize o material do seu podcast por conta própria. Como a gravação multipista gera uma grande quantidade de dados, invista em armazenamento adequado, como HDs externos de boa capacidade, para garantir que nenhum conteúdo importante seja perdido. Ter uma cópia segura e organizada dos seus arquivos facilita o trabalho de pós-produção e garante que você tenha acesso aos seus episódios no futuro, mesmo após o término do serviço de estúdio.

PUBLICAÇÃO



“ Na minha opinião, a estratégia de publicação deve ser a seguinte: O episódio completo precisa ser publicado tanto no YouTube quanto no Podcasters (plataforma do Spotify). Muita gente negligencia as plataformas de áudio e foca apenas no YouTube, mas isso é um erro grave. Por quê? Caso o espectador não seja assinante premium do YouTube, ele precisará necessariamente assistir o podcast, e não apenas ouvir”

Como assim?

Simple: usuários sem assinatura premium não conseguem bloquear a tela do celular, colocar no bolso para lavar a louça, correr na academia ou ouvir enquanto dirigem. Já nas plataformas de áudio, como o Spotify, os ouvintes podem ouvir os episódios de forma prática e fluida.

DICA DE OURO



O segredo está em diversificar, levando sua mensagem a todos os possíveis espectadores, onde quer que eles estejam.

■ PUBLICAÇÃO

SEO para Podcasts:

Pesquise as palavras-chave em alta, títulos e descrições estratégicas para que seu podcast seja facilmente encontrado nas plataformas. Utilize ferramentas de SEO para otimizar os títulos, descrições e palavras-chave, facilitando o alcance do seu conteúdo.



Miniaturas e Títulos Cativantes:

A construção de uma thumbnail atrativa é fundamental para dar mais visibilidade ao seu episódio. Um bom design de thumbnail pode ser a diferença entre um clique e uma rolagem. Vale muito a pena contratar um designer para desenvolver as thumbs tanto dos episódios completos quanto dos cortes (tema do próximo tópico), garantindo um visual profissional e chamativo.

“ Nem todo mundo vai clicar aleatoriamente em um episódio de podcast de 70, 80 ou 90 minutos sem nunca ter ouvido falar dele. Uma das melhores estratégias para captar novos espectadores é uma produção massiva de cortes.

CORTES/ PÍLULAS

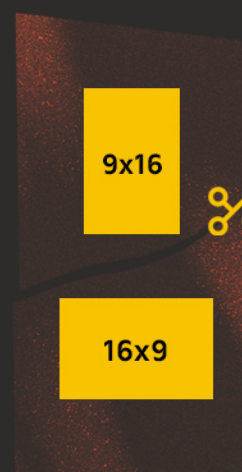


■ CORTES/PÍLULAS

Existem basicamente dois tipos de cortes:

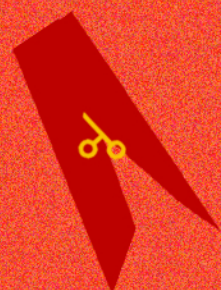
Curto no formato 9x16
(para Reels, Instagram, TikTok)

Longo no formato 16x9
(para o próprio Instagram e YouTube)



Cortes Curtos:

Esses cortes devem ter entre 90 segundos e 2 minutos. Eles precisam ser legendados e devem capturar a essência de uma mensagem rápida e impactante. Para deixá-los mais atraentes, a tela pode ser dividida com fotos ou pequenos vídeos que ilustrem o tema debatido, tornando o conteúdo mais dinâmico e visualmente interessante.



Cortes Longos:

Normalmente variam de 5 a 12 minutos e servem como uma estratégia de clickbait (título isca). O objetivo aqui é usar um trecho pontual do episódio e criar uma thumbnail com um título que desperte curiosidade no público.

■ Por exemplo, imagine que o convidado do podcast é um surfista e ele conta a história de quando sua prancha favorita quebrou em uma onda.

Qual das duas headlines seria mais atrativa?

“O dia em que quebrei minha prancha favorita”

“É por isso que eu não uso mais minha prancha favorita”

Com certeza, o segundo título desperta muito mais curiosidade e, conseqüentemente, trará mais cliques.

■ CORTES/PÍLULAS

■ Outra estratégia muito relevante dos cortes é que eles ajudam a cumprir os requisitos de horas para monetizar o seu canal do YouTube. Já vi muitos canais alcançarem a tão sonhada monetização apenas com shorts.

Agora você pode perguntar: Quantos cortes devo postar no YouTube e quantos no Instagram?

Minha sugestão é que você gere conteúdo praticamente todos os dias em ambas as plataformas.



Sugiro 6 cortes curtos (de segunda a sábado) e 5 cortes longos.

Mas por que um corte longo a menos?

Porque no dia da publicação do episódio completo, não é recomendado postar nenhum outro material no YouTube para não atrapalhar a visualização do episódio principal.

Uma estratégia interessante é soltar um corte curto simultaneamente à publicação do episódio completo, para atrair a audiência e convertê-la em visualizações do episódio na íntegra.



MONETIZAÇÃO

“Ok, já fiz tudo isso que você sugeriu, Fábio, mas como eu vou ganhar dinheiro com o meu podcast?”

1 Programa de parceria do Youtube

A primeira, e talvez mais conhecida, é através do YouTube, atingindo os critérios de monetização:

Ter pelo menos mil inscritos

Acumular 4 mil horas agregadas de visualizações ou 10 milhões de visualizações em shorts

Mas o programa de parceiros do YouTube não é a única maneira de rentabilizar seu podcast. Vou te mostrar outras formas.

2 Ativação de Marcas Parceiras

Você pode inserir QR codes de patrocinadores na tela, colocar o logo do patrocinador na descrição do episódio, exibi-lo na TV do estúdio ou até espalhar brindes e produtos na mesa ou nas estantes. Essas são maneiras visuais de gerar receita com marcas parceiras.

No entanto, é importante lembrar que você também terá ouvintes e não só telespectadores, então, é essencial mencionar o patrocinador durante o episódio, falando diretamente sobre ele para garantir que a mensagem seja transmitida tanto visualmente quanto em áudio.

3 Convidados contribuintes

Outra modalidade é a de convidar pessoas que gostariam de contar suas histórias ou falar sobre suas empresas, mas que normalmente não teriam a oportunidade de serem convidadas.

Nesse caso, você pode sugerir uma contribuição para que essas pessoas participem do seu programa. É uma maneira comum de rentabilizar o podcast e, ao mesmo tempo, ajudar pequenos empreendedores ou figuras menos conhecidas a terem visibilidade.

4 Programas de Afiliados e Assinaturas

Outra estratégia é a criação de um programa de afiliados ou de membros. Assinantes pagam uma quantia mensal (geralmente entre 5 a 10 reais) para terem acesso a conteúdos exclusivos, como episódios exclusivos, brindes, ou outras vantagens.

Essa é uma forma de monetizar uma base de fãs mais engajada e oferecer recompensas que incentivem a continuidade do suporte.

■ CONCLUSÃO

Iniciar um podcast pode parecer desafiador, mas com as ferramentas certas e um planejamento bem estruturado, você estará preparado para construir um canal que se destaca. Desde a escolha do tema até a monetização, cada etapa exige dedicação e atenção aos detalhes.

Lembre-se que o ponto central do sucesso de qualquer podcast é o conteúdo e a naturalidade das conversas. Um podcast engessado, sem fluidez ou autenticidade, perderá o interesse do público rapidamente. Portanto, invista em uma curadoria de convidados que realmente agreguem valor e estejam alinhados com o seu propósito, e que também estejam dispostos a colaborar na divulgação do episódio.

Além disso, é crucial garantir que a parte técnica, como equipamentos e espaço, esteja à altura do seu conteúdo. Tanto a qualidade de áudio quanto a de vídeo são determinantes para a retenção da audiência, e um ambiente inadequado pode comprometer até mesmo a melhor das ideias.

Ao seguir as estratégias de gravação, publicação, e principalmente a produção de cortes para as redes sociais, você amplia o alcance do seu conteúdo e cria mais pontos de contato com seu público. Isso ajudará não só a gerar engajamento, mas também a cumprir os requisitos para monetização nas plataformas, seja através de visualizações, parcerias ou outros meios criativos de rentabilizar o programa.

Em última análise, o caminho para um podcast de sucesso passa por consistência, qualidade técnica e, acima de tudo, autenticidade. Com dedicação e estratégia, o seu podcast pode se tornar uma referência no seu nicho e, mais importante, uma plataforma capaz de gerar impacto e, claro, resultados financeiros.

Agora, é com você!

Boa sorte no seu projeto de podcast e lembre-se: cada episódio é uma nova oportunidade de conquistar e fidelizar seu público.

