

A CAPACIDADE DE ADAPTAÇÃO DO FORMATO PODCAST ÀS TENDÊNCIAS MAIS RECENTES DE PRODUÇÃO DE VARIEDADES (APOIO UNIP)

Alunos: Giovanni da Silva Galhardi e Patrick Guilherme

Orientador: Prof. Dr. César Belardi

Curso: Publicidade e Propaganda

Campus: Anchieta

A pesquisa teve como objetivo a análise de dados e informações referentes a capacidade de adaptação do formato “Podcast” ao cenário atual da nossa sociedade, nos intervalos dos anos de 2019, 2020 e 2021, assim como as suas possíveis tendências de consumo e espaço de mercado para o futuro. Os dados foram obtidos por meio da metodologia de pesquisa bibliográfica com base em análises de material documental oficial disponível em livros, artigos, relatórios e conteúdos audiovisuais (vídeos e podcasts) arquivados na Internet, com a finalidade de localizar informações relevantes que serviram como parte fundamental da tese do projeto. Esses conteúdos foram divididos em 3 etapas de levantamentos, partindo dos principais tópicos: O mercado da mídia Podcast, seu cenário econômico e o impacto durante e após a pandemia. Após a análise e formatação dos dados foram realizadas discussões referentes ao tema e posteriormente a inserção no acervo que foi criado para a composição final do estudo. A conclusão da pesquisa indica que alguns fatores de um Podcast, como suas inúmeras variedades e gêneros de produção de conteúdo em massa, foram importantes para o crescimento desenfreado do formato, ocasionando uma capacidade unânime de adaptação ao consumo de informação ideal para público final. Pode-se perceber também que as marcas investidoras em conjunto com a capacidade de inovação dos principais agregadores do formato influenciam diretamente o crescimento dessa modalidade de comunicação, aumentando a possibilidade de disseminação de ações publicitárias no mercado. A mídia está apenas em seu processo de maturidade no mercado e o que os

dados indicam é que futuramente assumirá um papel importante no poder decisório de comunicação.