CONTEÚDO DE MARCA

A era dos 'podcasts' chega aos novos condomínios

Estúdios de gravação passam a integrar áreas comuns dos lançamentos e acompanham a expansão da produção de conteúdo digital

Por Morar Bem
22/11/2026 01h00 · Atualizado há 8 horas

Presentear matéria Seguir no



Estúdio de 'podcast': estrutura profissional de gravação, com microfones, câmeras e iluminação, facilita a produção de conteúdo audiovisual — Foto: Grupo CTV/Divulgação

O microfone chegou às áreas comuns dos condomínios, em um movimento que acompanha a expansão dos podcasts no Brasil. Segundo o Castnews Index, o país tem 263.042 programas catalogados com pelo menos um episódio em português, somando 6,1 milhões de episódios.

A Associação Brasileira de Podcasters (ABPOD) estima em 31,94 milhões o número de ouvintes. Desse total, 40,23% consomem podcasts diariamente e 88,44% usam o smartphone como principal meio de acesso.

Com tamanha audiência, cresce também o número de pessoas interessadas em produzir conteúdo — uma tendência que tem levado as incorporadoras do Rio a incluir estúdios de gravação nos lançamentos.

No Centro, o Q Studios, da Canopus, na Rua da Quitanda, 23, reúne coworking, sala de reuniões e estúdio de podcast em um prédio com unidades de cerca de 30 metros quadrados. A proposta parte da constatação de que a produção de conteúdo digital entrou na rotina também de quem precisa divulgar o próprio trabalho ou fortalecer sua marca. Para Thiago Hernandez, superintendente comercial da empresa, o espaço atende a quem utiliza o ambiente como ferramenta de trabalho ou a quem deseja desenvolver um projeto pessoal.

— As áreas compartilhadas funcionam como uma extensão do apartamento, oferecendo infraestrutura e conveniência sem comprometer o espaço privativo —, diz Hernandez.

Na Barra Olímpica, o Pura por Artefacto, do Ilha Pura, incorpora o espaço podcast a uma proposta de lazer e conveniência. Talitha Ribeiro, head de Incorporação e Sustentabilidade, conta que a ideia surgiu da observação de tendências e do comportamento do consumidor. O público vai de executivos que produzem conteúdo profissional a jovens interessados em comunicação e expressão criativa. Segundo ela, a diversidade de perfis exige espaços flexíveis para atender a todo tipo de interesse sem restringir o uso do estúdio ao home office.

— Ainda é cedo para afirmar quais modelos irão prevalecer no longo prazo, por isso, os empreendimentos precisam oferecer flexibilidade para acompanhar essas mudanças — observa Talitha.

Na Gávea, a Performance Empreendimentos Imobiliários considerou o perfil da vizinhança ao projetar o Gaví. O diretor de Incorporação da empresa, Patrick Vigio, cita estudantes da PUC, recém-formados e que vivem das redes sociais, e profissionais como médicos, advogados e consultores interessados em divulgar seus negócios.

Com estúdios e apartamentos de um, dois e três quartos, o prédio terá um hub criativo com coworking, salas de reunião e videoconferência e estúdio de podcast. Segundo Vigio, a estrutura favorece a locação, especialmente pela proximidade com o novo curso de Medicina da universidade e a futura estação do metrô.

No rooftop, os moradores terão piscina, academia e espaço recovery. O estúdio evita o deslocamento até uma estrutura alugada e as dificuldades de gravar em casa.

— Em casa tem barulho, eco, iluminação que não ajuda e cachorro que late na hora errada. Gravar com qualidade é difícil — explica Vigio.

Em Laranjeiras, o Grupo CTV fez uma pesquisa de mercado antes de definir os espaços do Céu Laranjeiras. Guilherme Mororó, diretor Comercial e de Marketing, diz que o estúdio combina com o perfil dos compradores e a atmosfera do bairro, eleito pela revista Time Out um dos mais descolados do mundo. O empreendimento tem vocação para locação, o que transforma o equipamento em diferencial para investidores.

Para Mororó, as mudanças na maneira de morar acompanham as transformações no trabalho. Ele avalia que o estúdio de podcast segue o caminho já percorrido pelo coworking nos condomínios.

— Há alguns anos, ter um coworking no condomínio era novidade. Hoje, já é uma realidade. O estúdio de podcast segue essa mesma lógica — conclui Mororó.