



Recebido: 19.03.2024

Aprovado: 27.05.2024

Avaliado pelo Sistema Double Blind Review

PODCAST, EDUCAÇÃO E TURISMO

PODCAST, EDUCATION AND TOURISM

Rodrigo Burkowski

E-mail: rodrigo@ufop.edu.br

ORCID: 0000-0002-2277-1215

Solano de Souza Braga

E-mail: solano@ufop.edu.br

ORCID: 0000-0002-6231-4756

Letícia Tamilla de Lima Moreira

E-mail: leticia.tamilla@aluno.ufop.edu.br

ORCID: 0009-0009-6583-0498

RESUMO

No cenário gerado pela pandemia de COVID-19 foi observado o crescimento no uso de tecnologias como suporte na educação, tornando-se relevante investigar sua real contribuição. O objetivo desse artigo é analisar o Podcast como instrumento de apoio no ensino de turismo. Busca-se caracterizar os podcast de turismo, compreender o perfil de consumidores deste tipo de produto no público acadêmico e mensurar seu impacto no aprendizado. O estudo parte de uma revisão exploratória de literatura e um mapeamento e caracterização de podcast relacionados a turismo e educação. Foram analisados 34 podcast. São programas criados a partir da pandemia, com frequência diversa (semanal, quinzenal, mensal e irregular), de várias regiões do país. Eles abordam temas diversos, desde mercado, academia, inovações etc. A partir dos dados coletados e analisados considera-se o podcast uma importante ferramenta no apoio ao ensino.

Palavras-chave: Podcast, Turismo, COVID-19, Educação.



ABSTRACT

In the context of the COVID-19 pandemic, an increase in the use of technologies to support education has been observed, making it relevant to investigate their actual contribution. This article aims to analyze podcasts as a support tool in tourism education. It seeks to characterize tourism podcasts, understand the profile of consumers of this type of product within the academic audience, and measure their impact on learning. The study is based on an exploratory literature review and a mapping and characterization of podcasts related to tourism and education. Thirty-four podcasts were analyzed. These programs were created since the pandemic and have varying frequencies (weekly, biweekly, monthly, and irregular) from various regions of the country. They cover diverse topics, including the market, academia, innovations, and more. Based on the data collected and analyzed, podcasts are considered an important tool in supporting education.

Keywords: Podcast, Tourism, COVID-19, Education.

1. INTRODUÇÃO

O uso de novas tecnologias, como os podcasts, na área de educação não é algo recente. Apesar de forte vínculo com as técnicas relacionadas com o giz e quadro, é crescente o número de docentes e pesquisadores que buscam inovar e desenvolver novas formas de estimular e incentivar os discentes. Tal estratégia tem se mostrado cada vez mais relevante na atualidade, especialmente com o advento da pandemia de COVID-19, que fez com que muitas instituições de ensino adotassem o ensino a distância como forma de manter o processo educacional em andamento (Silva et al., 2022; Borges, 2023). A tecnologia, nesse sentido, tem se mostrado uma ferramenta poderosa para aprimorar o aprendizado e torná-lo mais acessível, dinâmico e interativo.

Uma das tecnologias mais utilizadas na educação é a internet, que permite o acesso a uma ampla variedade de conteúdos e recursos, como vídeos, jogos educativos, simuladores, plataformas de ensino a distância, entre outros (Almeida e Soares, 2019). A internet também possibilita o uso de técnicas de comunicação, como o e-mail, fóruns de discussão e videoconferência, que permitem a interação entre alunos e professores mesmo a distância (Narciso et al., 2024).

Outras tecnologias têm se destacado na educação, como os dispositivos móveis, a exemplo de smartphones e tablets, que possibilitam o acesso ao conteúdo educacional de forma rápida e fácil (Souza et al., 2021). Os aplicativos educacionais também têm sido cada



vez mais utilizados, oferecendo jogos, quizzes e outras atividades que tornam o aprendizado mais lúdico e atraente (Oliveira, 2018).

Outra tecnologia que vem ganhando espaço na educação é o podcast, um formato de áudio que pode ser baixado ou acessado pela internet e permite o compartilhamento de informações e conhecimentos de forma clara, objetiva e dinâmica (Tiago et al., 2018; Silva e Ferreira, 2022). O podcast pode ser utilizado em diversas áreas do conhecimento, incluindo o turismo, como uma forma de apresentar informações relevantes sobre os destinos turísticos, a cultura local, as curiosidades e as principais atrações, além de promover a reflexão e o debate sobre temas relacionados ao turismo.

Os podcasts surgiram em meados dos anos 1990 como uma evolução do rádio via internet, quando Adam Curry, um ex-VJ da MTV, criou um programa de rádio online que era entregue como um feed RSS (Carvalho, 2016; Melo 2021). O termo "podcast" é uma junção de "iPod" e "broadcast" (transmissão), que faz referência ao fato de que esses programas podem ser baixados e ouvidos em dispositivos portáteis, como o iPod da Apple (Araújo et al., 2010). No entanto, apesar da associação com a Apple, o podcast é uma plataforma aberta e pode ser ouvido em qualquer dispositivo.

A popularidade do podcast possui dois marcos. O primeiro deles é em 2005, quando a Apple incluiu o suporte ao podcast no iTunes. Isso tornou mais fácil para os criadores de conteúdo produzirem e distribuírem seus programas. Com o tempo, a popularidade dos podcasts cresceu exponencialmente, levando a um aumento no número de programas e ouvintes. O segundo deles, conforme levantamentos da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod, 2024), foi a pandemia de COVID-19.

Uma das principais vantagens do podcast é que ele oferece aos ouvintes a flexibilidade de escolher quando e onde ouvir seus programas favoritos (Ferreira, 2016). Ao contrário do rádio tradicional, que é transmitido ao vivo, os podcasts podem ser baixados e ouvidos em qualquer momento (Tiago et al., 2018; Berry, 2016). Isso permite que os ouvintes sejam mais seletivos sobre o conteúdo que consomem e que os criadores de conteúdo alcancem um público mais engajado.

Os podcasts se tornaram uma forma popular de entretenimento, educação e jornalismo. Existem milhões de podcasts em todo o mundo, cobrindo uma ampla gama de tópicos, desde comédia e cultura pop até ciência, negócios e política (Carneiro, 2022). Os ouvintes podem



descobrir novos programas em plataformas populares, como Apple Podcasts, Spotify e Google Podcasts, bem como em aplicativos independentes de podcast.

Os podcasts oferecem maior envolvimento com o público ao abordar questões locais, comunitárias ou voltadas para determinados grupos. Os ouvintes, muitas vezes, se sentem conectados aos apresentadores e outros ouvintes, criando uma sensação de comunidade em torno do programa (Carneiro, 2022). Isso permite que os criadores de conteúdo desenvolvam uma base de fãs leais e comprometidos com o programa.

Sendo assim, são uma forma de entretenimento, educação e jornalismo que oferecem flexibilidade e engajamento para os ouvintes. Eles são uma plataforma em crescimento, com milhões de programas disponíveis em todo o mundo, e oferecem uma oportunidade única para os criadores de conteúdo se conectarem com o público e desenvolverem uma comunidade em torno de seus programas.

Considerando o cenário de grande crescimento na produção e consumo de podcast, (ABPod, 2024), este trabalho tem como objetivo caracterizar os programas de podcast que relacionam turismo e educação, bem como apontar algumas contribuições que estes trazem para a academia. O tema investigado neste trabalho é recente na academia e, por exemplo, na plataforma publicacaodeturismo.com.br não foi identificado nenhum trabalho sobre podcast, educação e turismo.

1.1 Revisão de Literatura

Em 2019, portanto antes da pandemia, Villela (2021) observou que já havia um crescimento no número de ouvintes de Podcast. Além da ampliação no número de ouvintes, houve também uma ampliação dos nichos e tipos de programas. No caso do turismo foram encontrados programas de roteiro de viagem, de dicas de viagem, sobre educação e turismo, entre outros. No período de um ano — de 2019 para 2020 —, o Brasil ganhou mais 7 milhões de ouvintes acima dos 16 anos, que escutam conteúdos principalmente pelo smartphone (*Op Cit*). Vale destacar que os podcasts também têm mais penetração na vida de pessoas que já têm o hábito de ouvir música (45%), quando comparado aos internautas de maneira geral (32%) (*Op Cit*).

A pesquisa aponta, ainda, que a porta de entrada no mundo do áudio tem algumas motivações em comum. No caso de programas relacionados a educação e turismo, uma ação que potencializa o alcance do podcast é a indicação dos professores. A maior parte dos



ouvintes escuta podcasts para buscar entretenimento em assuntos de interesse pessoal (41%). Outra parcela (27%) escuta por ter curiosidade sobre o formato do modelo de áudio, ao passo que 26% são influenciados a consumir podcasts por indicação de amigos ou familiares (Villela, 2021).

O Brasil liderou o ranking de países com maior crescimento na produção de podcasts em 2020, de acordo com um estudo realizado pela Voxnest (Etain, 2024). Isso mostra que o mercado de podcast no Brasil está em constante expansão, com um grande potencial de crescimento nos próximos anos (*Op Cit*). O autor cita dados relatório Data Reportal, realizado em 2023, que aponta que o Brasil é o país que mais consome conteúdo por meio de podcasts em todo o mundo, com 42,9% de usuários de internet entre 16 e 64 anos que escutam podcast toda semana (Etain, 2024). Porém, segundo dados da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod, 2024), o país é o terceiro maior consumidor de podcasts no mundo, com aproximadamente de 30 milhões de usuários

1.2 O Impacto da COVID-19 na produção e consumo de podcast

A pandemia do COVID-19 teve um impacto significativo no crescimento dos podcasts (Bodart e Silva, 2021). Com as pessoas em várias partes do mundo passando mais tempo em casa, muitos descobriram os podcasts como uma forma de entretenimento e companhia durante o isolamento social. O aumento da popularidade dos podcasts foi evidenciado por vários dados e estatísticas (ABPod, 2024).

De acordo com dados do Spotify (2023), o número de ouvintes de podcasts cresceu 55% em todo o mundo durante a pandemia. A plataforma relatou um aumento de 200% nas listas de reprodução criadas pelos usuários para o trabalho em casa e um aumento de 40% no tempo gasto ouvindo podcasts durante o horário comercial.

O aumento do tempo gasto em casa também levou a um aumento na produção de podcasts. Muitos criadores de conteúdo viram a pandemia como uma oportunidade para se concentrar na criação de novos programas, com muitos programas surgindo em resposta à pandemia, o que levou a um aumento na diversidade de conteúdo de podcast. Muitos programas foram criados para fornecer informações e recursos sobre o COVID-19 e seus efeitos, enquanto outros programas foram criados para ajudar as pessoas a lidar com o estresse e a ansiedade relacionados à pandemia.



Conforme os dados apresentados pode-se afirmar que a pandemia gerou um impacto significativo no crescimento dos podcasts. Com as pessoas passando mais tempo em casa, muitos descobriram os podcasts como uma forma de entretenimento e companhia durante o isolamento social. Isso levou a um aumento no número de ouvintes e na produção de programas, bem como a um aumento na diversidade de conteúdo.

1.3 - Contribuições do Podcast para a educação

O podcast é uma mídia que resgata a oralidade, inspira criatividade e é usado cada vez mais por professores e alunos (Tiago, 2018). A utilização do podcast na educação, pode trazer benefícios também na inclusão, por exemplo, de pessoas com deficiência visual devido seus aspectos de ampliação do acesso a diferentes conteúdos (Nascimento, 2022). O fato de estar ganhando mais ouvintes e alcançar também as escolas tem a ver com seu potencial para desenvolver habilidades cognitivas, além de acrescentar muito ao fazer pedagógico (Garofalo, 2022). Algumas das principais vantagens dos podcasts na educação incluem as características listadas abaixo.

A flexibilidade: Os podcasts oferecem aos alunos a flexibilidade de aprender no momento e no ritmo que melhor se adapta às suas necessidades. Eles podem ouvir os programas em qualquer lugar e a qualquer hora, em casa, no transporte ou em qualquer lugar que tenham acesso à internet (Ferreira et al., 2016). Isso permite que os alunos aprendam em seu próprio ritmo, ajustem a educação às suas necessidades e programem seu próprio horário de estudo (*Op cit*).

A variedade de conteúdo: Os podcasts cobrem uma ampla gama de tópicos e disciplinas, o que permite que os alunos acessem conteúdo de uma variedade de fontes, que podem complementar e ampliar o que está sendo ensinado em sala de aula. Isso pode ajudar a ampliar suas perspectivas, expandir seus horizontes e estimular a curiosidade e o interesse pela aprendizagem (Garofalo, 2022).

O acesso a especialistas: Os podcasts frequentemente apresentam especialistas e profissionais em várias áreas, oferecendo aos alunos a oportunidade de aprender diretamente com esses profissionais. Isso pode ajudar a tornar o aprendizado mais envolvente e relevante, permitindo que os alunos vejam como as informações que estão aprendendo podem ser aplicadas no mundo real. O acesso a profissionais e especialistas pode ajudar a inspirar os alunos a explorar e seguir carreiras em áreas específicas (Garofalo, 2022).



A melhoria da audição e compreensão: Os podcasts são uma maneira de melhorar as habilidades de audição e compreensão dos alunos, pois eles devem se concentrar na fala e no conteúdo do programa para entender o que está sendo dito. Isso pode ajudar a melhorar a compreensão oral e aprofundar a compreensão do idioma (Berto e Greggio, 2022). Os podcasts podem oferecer diferentes sotaques, dialetos e velocidades de fala, o que pode ajudar os alunos a se acostumarem a diferentes formas de expressão oral.

O aprendizado autônomo: Os podcasts podem permitir que os alunos aprendam de forma mais autônoma, permitindo que eles escolham o que desejam aprender e quando desejam aprender. Isso pode ajudar a incentivar a responsabilidade pelo próprio aprendizado e permitir que os alunos trabalhem de acordo com seus próprios interesses e necessidades. Os alunos podem escolher o tópico do programa que desejam ouvir, escolher a ordem em que ouvem os programas e escolher quantas vezes querem ouvir para melhorar sua compreensão (Bodart e Silva, 2021).

O podcast é uma tecnologia emergente que apresenta potencialidades para a sua aplicação na educação. Porém, para que essas potencialidades sejam efetivamente alcançadas, é necessário que os podcasts atendam às necessidades e expectativas dos alunos. O grande diferencial dos podcasts está ligado à possibilidade de pensar em uma rede mais ampla e territorial que exige trabalho em conjunto e ideias inovadoras para gerar outras formas de informação. É preciso, portanto, pensar em como apropriar-se dessas tecnologias, dessa forma de conhecer, na educação, como na cultura em geral.

Para Jobbings (2005), há três áreas em que o potencial do podcast pode ser revelado de forma profícua: atividades curriculares, processo de ensino/aprendizagem e aprendizagem personalizada. As atividades curriculares podem se beneficiar do uso de podcasts como forma de complementar e expandir o conteúdo apresentado em sala de aula, oferecendo aos alunos a oportunidade de acessar informações em qualquer lugar e a qualquer momento (Nascimento, 2022).

Já no processo de ensino/aprendizagem, os podcasts podem ser utilizados como apoio ao ensino, permitindo a criação de uma metodologia de ensino mais dinâmica e interativa. Os professores podem gravar podcasts com explicações detalhadas sobre o conteúdo, e os alunos podem ouvi-los várias vezes, sempre que necessário.

A aprendizagem personalizada também pode ser alcançada por meio do podcast, uma vez que cada aluno pode selecionar os episódios e temas que mais lhe interessam e que sejam



relevantes para seu processo de aprendizado. Os podcasts permitem uma maior flexibilidade e autonomia para os alunos, que podem escolher quando e onde querem acessar o conteúdo, adaptando-o às suas próprias rotinas e necessidades.

2. METODOLOGIA

Esta é uma pesquisa descritiva-exploratória que tem por característica observar, classificar e descrever fenômenos obtidos por meio de dados das plataformas Spotify, Castbox, Deezer e Itunes. De acordo com Bertolozzi, Lourenço, Coelho, (2009) e Malhotra (2012), a pesquisa descritiva-exploratória é um tipo de pesquisa que tem como objetivo descrever e explorar um fenômeno ou problema de forma mais detalhada. Essa abordagem de pesquisa é utilizada quando o pesquisador precisa realizar uma investigação mais aprofundada.

A pesquisa descritiva-exploratória pode utilizar diversos métodos de coleta de dados, como questionários, entrevistas, observação participante, análise documental, entre outros. Após a identificação dos programas de turismo, utilizando os termos “turismo” e “turismo e educação” foi realizada a caracterização da produção (Data de criação, autoria, número de episódios e escopo/ foco). Foram analisados 34 programas. Utilizou-se a planilha do programa computacional Excel para a inserção dos dados. A pesquisa foi realizada entre 03/2022 e 8/2022.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados abaixo apresentados, são referentes aos 34 programas investigados. Como mencionado anteriormente, existem diversos podcasts sobre turismo, mas neste trabalho o enfoque foi para aqueles que discutem ou contribuem para a relação turismo e educação. Abaixo apresenta-se o quadro geral dos podcasts analisados.

Tabela 1: Geral dos Programas/ plataforma, Criação e Responsáveis

Spotify	Criação	Responsável
Conexões e Turismo	01/04/2020	Rodrigo Burkowski
Turismológico	18/06/2021	Daniel Oliveira
Hub Turismo	23/04/2020	Jeanine Pires
TrioCast: Turismo, Cultura e Lazer	04/10/2020	Inácio Botto, Maria Clara e Rebecca Quadros
Turismo e Mobilidades	5/24/2021	Grupo de pesquisa MobTur
Turismologia	06/07/2022	Katiely Paiva, Paula Marchesan e Patrícia



		Diniz
Quer turismo? Toma turismo	06/01/2020	Gabriela de Oliveira Palma
Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade	03/08/2022	Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade
Desafio de Inovações em Turismo Sustentável	6/14/2022	
Diário do Turismo	4/28/2022	Geovana Fraga
Gesturcast - Getsão de Turimo e o Mercado de Trabalho	07/01/2021	Fabiana Lamare e Risolete Maria Hellmann
Turismo Rural Consciente	6/13/2021	Andreia Roque
Seu Podcast de Turismos	7/24/2020	Eduarda Miranda
Collab Turismo Brumadinho	07/12/2021	Gustavo Pinto
Turismo Online (Espanhol)	5/25/2022	Carol Silva
Saúde Financeira nas empresas do setor do Turismo	8/19/2021	
Fala Turismo	6/30/2022	Dani Medeiros e Leylane Bertoldo
?Qué es en realidad el turismo? (espanhol)	1/21/2020	Miguel Ledhesma
Turismo Cultural (espanhol)	2/15/2022	
Turistando	4/26/2018	Mariana Aventurin
Turismologando pelo mundo	6/29/2021	Camila Benatti
Turismo Viral (espanhol)	12/23/2020	Peter
Turismodialogando com Amanda	09/08/2022	Amanda
Turismo Religioso	11/30/2021	Maria Mikahleen
Turismología (espanhol)	6/22/2021	Lalo Muñoz
Turismo Cultural (espanhol)	09/09/2021	Maria selene
Tuismo responsable (espanhol)	8/15/2022	Valeria Trujillo
El Turismo y la Tecnología (espanhol)	12/09/2021	Kenia Chalé
Deezer	Criação	Responsável
Transformação Digital no Turismo	3/17/2020	Thiago Akira
Apple Podcasts	Criação	Responsável
Marketing Turístico	1/13/2017	Matheus Acaccio
Turismo	11/24/2020	Robles Diaz Perla Elizabeth
Castbox	Criação	Responsável
Turismo	11/29/2020	Leyre Pedroza
Turismo	4/21/2021	Sofia Brito
Turismo Compartilhado	07/07/2020	Fábio Mendonça
Turismo	4/25/2021	Maura Janinne Yáñez Oregel

Fonte: Dados coletados nas plataformas (2022)

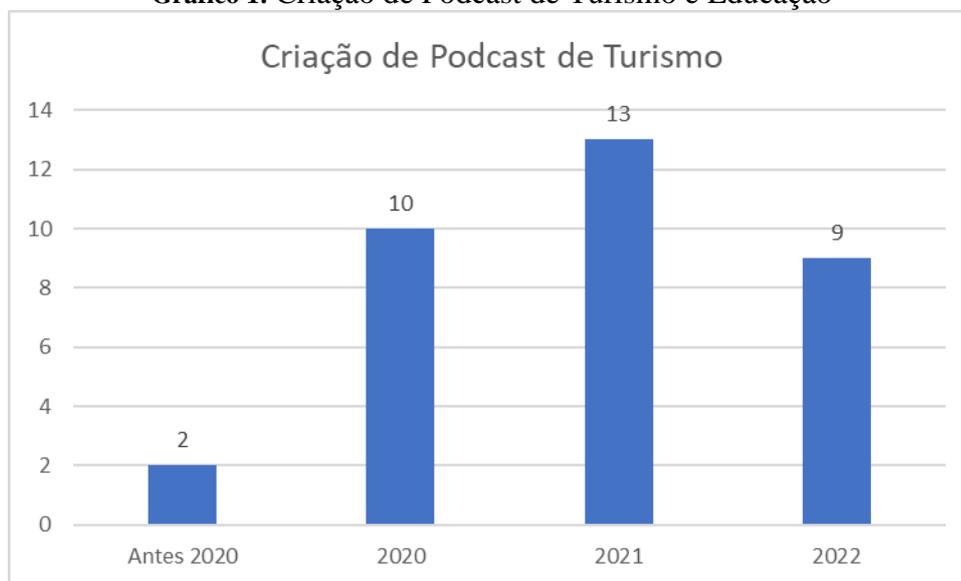
3.1 Criação de Podcast

A tecnologia facilitou o processo de criação e disponibilidade de podcast. Existem aplicativos como o Anchor (que foi comprado em 2022 pelo Spotify) que permitem a gravação, edição e disponibilização do podcast em diversas plataformas de forma gratuita (Araújo, 2022). O movimento mais recente desta plataforma, em 2023, é criar a possibilidade de os produtores serem remunerados pelo conteúdo produzido, ampliando o incentivo para criação de programas. Considerando a facilidade de criação e a pandemia, temos um aumento de 5x no número de programas de 2019 para 2020, mantendo o ritmo de criação em 2021 e 2022 (Gráfico 1).



Conforme dados de Vilella (2021) e Janone (2022), houve um crescente número de podcast a partir de 2019 e um boom na pandemia. Conforme dados do Cetic o consumo de podcast também registrou um boom e cresceu mais de 132% no pós-pandemia (Janone, 2022).

Gráfico 1: Criação de Podcast de Turismo e Educação



Fonte: dados da pesquisa (2022)

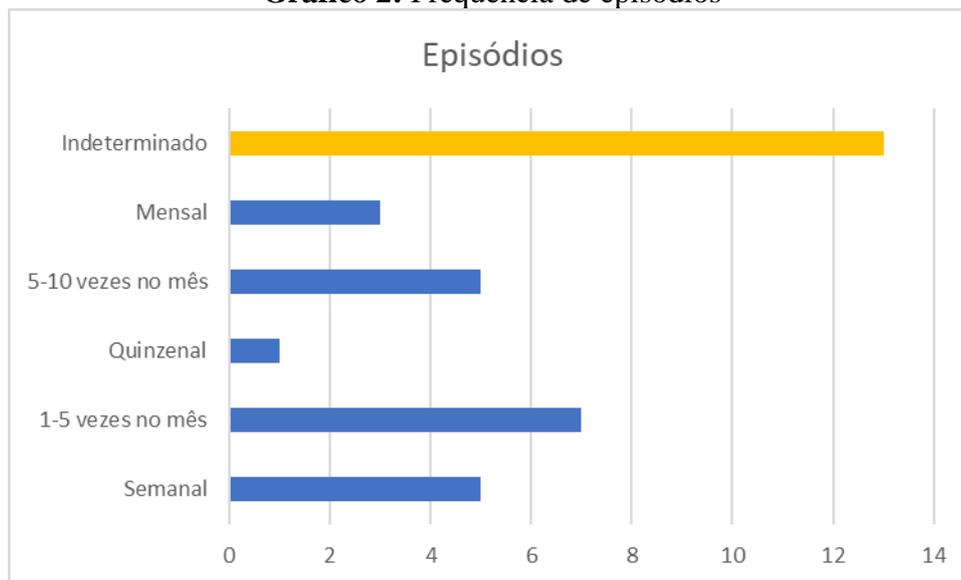
Os programas de áudio são ouvidos com frequência por mais de 41 milhões de brasileiros, contra 17 milhões em 2019. Na pesquisa não foi possível identificar o total de ouvintes dos podcast analisados pois essa não é uma informação divulgada em todas as plataformas (Janone, 2022). Essa dificuldade é compartilhada com a pesquisa da Podcaster Insights Survey (2022) que aponta que mais da metade (55%) dos podcasters indicaram que lutam para “entender como os ouvintes estão encontrando meu programa” e 82% concordam que entender o desempenho de seu programa é “confuso e demorado”. Em completo, 92% concordaram que gostariam de dados melhores sobre seus ouvintes recorrentes (*Op Cit*).

3.2 Número de episódios

Se a criação do podcast está cada vez mais simplificada, a manutenção da rotina de criação e disponibilização de programas não ficou menos complexa. Conforme os dados da pesquisa, a maioria dos programas não tem frequência determinada (Gráfico 2).



Gráfico 2: Frequência de episódios



Fonte: Dados da pesquisa (2022).

Os motivos dessa dificuldade já começam a ser mensurada e a pesquisa Podcaster Insights Survey (2022) registrou análises sobre as dificuldades e desafios na produção de podcast, ferramentas mais valorizadas e alguns detalhes sobre planejamento e monetização. Esse trabalho foi produzido pela CoHost, plataforma de hospedagem e análise de podcast. A pesquisa aponta 4 análises, expostas a seguir.

A primeira é a dificuldade para descobrir a audiência. Entender quem ouve, o perfil do ouvinte é relevante para adequar o programa à sua audiência. A pesquisa revelou que a maioria dos podcasters ainda encontram bastante dificuldade quando se fala em crescimento de audiência e descoberta do podcast. Poucas pessoas levantaram desafios na parte de gravação, edição e publicação do conteúdo. Entretanto, 58% dos participantes citaram a dificuldade de entender como os ouvintes estão buscando e encontrando o podcast.

Seguindo a mesma linha, 85% dos entrevistados disseram que o maior desafio é alcançar um crescimento constante do conteúdo – que ficou no topo da lista de dificuldades. Sobre a afirmação “crescer a audiência do meu podcast é uma das coisas mais difíceis no podcasting”, 91% concordaram, sendo que 55% do público total disse concordar fortemente. Os dados da pesquisa podem demonstrar que começa a ter uma diminuição no número de podcasts criados e possivelmente uma diminuição no interesse da audiência.

A segunda são as ferramentas para análises de podcast. Os instrumentos de análises e insights de podcasts são as principais para 74% dos criadores, segundo a pesquisa. Outro



aplicativo bastante elencado diz respeito a recursos de rastreamento de campanha para saber quais links de marketing estão realmente gerando downloads (40%). E mais da metade (55%) dos podcasters indicaram que lutam para “entender como os ouvintes estão encontrando meu programa” e 82% concordam que entender o desempenho de seu programa é “confuso e demorado”. Por fim, 92% concordaram que gostariam de dados melhores sobre seus ouvintes recorrentes.

Um recurso que é considerado estratégico é a transcrições automáticas. 46% dos podcasters disseram que as transcrições de programas são um dos recursos mais valiosos de uma plataforma de podcasting e 62% concordam que as transcrições ajudam a obter uma melhor visibilidade do mecanismo de pesquisa. Essa ferramenta foi implantada recentemente (2023) pelo Anchor.

Por fim, o patrocínio de podcast. Os dados da pesquisa mostraram que 3 em cada 4 podcasters monetizam ou têm planos de monetizar seus podcasts. Desse grupo, metade depende de patrocínios (48%). Mais de 20% dos podcasters disseram não ter interesse e não se planejam para monetizar seu conteúdo.

3.3 Total de programas

O total de programas disponibilizados vai ao encontro dos dados anteriores. Considerando a facilidade na produção e a dificuldade na manutenção de uma agenda de trabalho, temos que mais de 50% dos podcast possuem menos de 10 programas.

Gráfico 3: Total de programas



Fonte: Dados da pesquisa (2022)



Os dados levantados na fase de revisão bibliográfica não permitem afirmar qual a média de programas por podcast. Segundo levantamento da Associação Brasileira de Podcast, atualmente, há mais de 2 mil programas de podcast ativos no país, que são consumidos por ouvintes com idade média de 28 anos, mais escolarizados e com renda média superior à da população, mas não é feita menção a quantos episódios tem por programa.

3.4 Enfoque dos programas

A Podpesquisa de 2019, (ABPod, 2019), levantamento que visa mapear os costumes dos ouvintes de podcasts no Brasil, apontou uma diversificação cada vez maior dos temas e assuntos tratados pelos podcasts brasileiros. De acordo com Kellen Bonassoli, presidente da Associação Brasileira de Podcasters, ciência e política ganham cada vez mais interesse (ABPod, 2024). A pesquisa aponta para mais de 40 nichos de programa. No caso dos podcast de turismo, têm-se a mesma diversidade, com programas de com temas diversos, com foco no marketing, no turismo rural, sobre inovação entre vários outros.

Tabela 2: Enfoque dos programas

Nome	Foco
Spotify	
Conexões e Turismo	Diversos
Turismológico	Mercados com foco no marítimo e hoteleiro
Hub Turismo	Alternativas para o turismo pós pandemia de forma criativa
TrioCast: Turismo, Cultura e Lazer	Entender sobre o que é o turismo e analisar suas vertentes a partir da fala de convidados envolvidos na área junto de material didático sugerido nos episódios
Turismo e Mobilidades	Mobilidade no turismo e entrevista com profissionais da área visando agregar o conteúdo com mais propriedade
Turismologia	Compreender o que é turismo e o que faz um turismólogo
Quer turismo? Toma turismo	Mercado no turismo
Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade	Meio de divulgação das pesquisas, artigos e dos autores publicados no periódico
Desafio de Inovações em Turismo Sustentável	Inovações em turismo sustentável
Diário do Turismo	Entrevistar figuras relacionadas ao turismo e apresentar conteúdo da área sob o olhar dos convidados
Gesturcast - Getsão de Turimo e o Mercado de Trabalho	Capacitação nas áreas relacionadas ao turismo e sua aplicação no mercado de trabalho
Turismo Rural Consciente	Conversa com representantes do turismo rural para compreender um pouco do papel e atuação dessa área no mercado de trabalho
Seu Podcast de Turismos	Viagens, experiências, mercados e negócios com quem trabalha na área
Collab Turismo Brumadinho	Entrevista de profissionais de grande renome sobre gestão de projetos, acesso a recurso financeiro, desenvolvimento sustentável e inovações no



	turismo
Turismo Online (Espanhol)	Conversa sobre diversas temáticas voltadas para o turismo
Saúde Financeira nas empresas do setor do Turismo	Saúde Financeira nas empresas no setor do Turismo
Fala Turismo	Inovações no mercado turístico brasileiro
?Qué es en realidad el turismo? (espanhol)	O que é o turismo
Turismo Cultural (espanhol)	O que é turismo cultura e sua importância
Turistando	Assuntos variados como dicas e sugestões de viagem, além de medidas tomadas pelo MTUR para a promoção do turismo no Brasil
Turismologando pelo mundo	Possibilidade e desafios do estudante e profissional do turismo ir morar fora do Brasil
Turismo Viral (espanhol)	Reflexões em torno de definições do turismo e suas características
Turismodialogando com Amanda	Transporte em turismo
Turismo Religioso	Turismo Religioso
Turismología (espanhol)	Reflexões em torno de definições do turismo e suas características
Turismo Cultural (espanhol)	Novas tendências no turismo cultural
Tuismo responsable (espanhol)	Turismo responsável
El Turismo y la Tecnología (espanhol)	Turismo e tecnologia
Deezer	
Transformação Digital no Turismo	A importância do pensamento digital no turismo
Apple Podcasts	
Marketing Turístico	Maketing turístico
Turismo	Turismo e pandemia
Castbox	
Turismo	Turismo como potenciador da economia
Turismo	Ócio e qualidade de vida
Turismo Compartilhado	Experiências compartilhadas entre profissionais da área de turismo
Turismo	Turismo e fatores abarcados como surgimento, tipos de turismo, etc

Fonte: dados da pesquisa (2022).

Não foi possível definir os temas mais são abordados nos programas. O formato de entrevista é o mais adotado nos podcast de turismo.

4. CONCLUSÃO

Há diversas razões pelas quais os podcasts podem ser úteis no ensino de turismo. O podcast é um formato de mídia que permite a criação de conteúdo de alta qualidade e com baixo custo de produção. Isso significa que é possível criar material educativo atraente e informativo sem gastar muito tempo ou recursos.



O podcast é uma forma de mídia que pode ser acessada em qualquer lugar e a qualquer momento, o que é especialmente útil para estudantes de turismo, que muitas vezes precisam se deslocar para visitar destinos e atrações turísticas. Os alunos podem ouvi-los em qualquer lugar e a qualquer hora, e em diferentes dispositivos, como smartphones, tablets e laptops. Isso significa que os podcasts podem ser usados tanto em sala de aula quanto em situações de aprendizagem fora do ambiente escolar, como visitas técnicas e atividades de campo.

Outra vantagem do uso dos podcasts no ensino de turismo é sua forma de apresentar conteúdo de uma maneira mais atraente e envolvente do que o texto ou o vídeo convencional. Os podcasts podem incluir entrevistas com especialistas do setor, histórias pessoais e anedotas, tornando o material educativo mais interessante e memorável. O podcast pode ser usado para promover a reflexão crítica sobre questões importantes no turismo, como a sustentabilidade, a ética e a responsabilidade social. Os estudantes podem ouvir diferentes pontos de vista sobre esses tópicos e desenvolver habilidades críticas de análise e avaliação

Existem vários argumentos que sustentam o uso de podcasts no ensino de turismo. Em primeiro lugar, o turismo é uma área que envolve muitas informações e detalhes, e os podcasts oferecem uma maneira conveniente e acessível de transmitir essas informações aos alunos. Por meio dos podcasts, é possível apresentar as principais características e curiosidades de destinos turísticos, bem como detalhes sobre serviços e produtos turísticos. O turismo é uma área que está sempre em constante evolução e mudança, e os podcasts permitem atualizações regulares e em tempo real sobre as tendências do setor. Isso é particularmente útil para os estudantes de turismo, que precisam estar cientes das novidades e das mudanças no mercado para se tornarem profissionais bem-sucedidos.

Outro benefício relacionado aos podcasts é eles serem altamente personalizáveis e adaptáveis às necessidades dos alunos. Os professores podem criar podcasts abordando temas específicos e que atendam às necessidades de aprendizagem dos estudantes. Isso torna o processo de aprendizado mais eficiente e eficaz. Por fim, os podcasts podem ajudar a desenvolver habilidades importantes para o sucesso profissional na área do turismo, como a comunicação, o pensamento crítico e a resolução de problemas. Ao ouvirem podcasts sobre casos práticos e situações do mercado turístico, os alunos podem adquirir conhecimentos e competências necessárias para enfrentar desafios e oportunidades no setor.



REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. I.; PIMENTA, S. G. Pedagogia universitária – **Valorizando o ensino e a docência na universidade**. Revista Portuguesa de Educação, Braga, v. 27, n. 2, 2014.

ALMEIDA, A. V. D.; SOARES, M. V. M. **Internet das coisas aplicada na educação: um mapeamento sistemático da literatura**. 2019.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS – ABPOD. POdPesquisa. Disponível em: <<https://abpod.org/podpesquisa/>>. Acesso em: 13 Mar. 2024.

ASSUMPÇÃO, Z. A. **A rádio na escola: uma prática educativa eficaz**. Revista de Ciências Humanas, Taubaté, v. 7, p. 2, 2001.

ARAÚJO, R. V. G.; LEÃO, M. B. C.; LEITE, B. S.; SILVA, J. R. R. T. **Elaboração, aplicação e avaliação de podcasting de química no ensino médio**. In: Nuevas Ideas em Informática Educativa, Volumen 5, p. 99-107, Santiago de Chile. 2009.

ARAÚJO, I. G. O. **A produção de podcasts como ferramenta de reconhecimento e divulgação de artistas locais**. 2022. Curso de Especialização em Língua Portuguesa: Teorias e Práticas de Ensino de Leitura e Produção de Textos, FALE, UFMG.

BERTOLOZZI, M. R.; LOURENÇO, L. G.; COELHO, A. P. S. **Pesquisa descritiva e exploratória: conceitos básicos**. Acta Paulista de Enfermagem, v. 22, n. 1, p. 19-22, 2009.

BERTO, E. D. F.; GREGGIO, S. **As potencialidades do gênero podcast no desenvolvimento e aprimoramento da habilidade de compreensão oral na aprendizagem de língua inglesa**. Ilha do Desterro, v. 74, p. 183-203, 2022.

BERRY, R. Podcasting: **Considering the evolution of the medium and its association with the word ‘radio’**. The Radio Journal International Studies in Broadcast and Audio Media, v. 14, n. 1, p. 7-22, 2016. Disponível em: <<http://sure.sunderland.ac.uk/id/eprint/6523/>>. Acesso em: 20 jan. 2024.

BORGES, P. F. B. **Experiências com o uso de Metodologias Ativas no Ensino Remoto Emergencial, mediadas pelas Novas Tecnologias**. Revista Ensin@ UFMS, v. 4, n. 8, p. 549-561, 2023.

BODART, C. D. N.; SILVA, Z. P. D. S. **Podcast como potencial recurso didático para prática e a formação docente**. Ensino em Re-Vista, v. 28, 2021.

BOTTENTUIT JUNIOR, J. B.; COUTINHO, C. P. **Podcast em educação: um contributo para o estado da arte**. In: BARCA, A.; et al. (Eds.). Libro de Actas do Congreso Internacional Galego-Portugués de Psicopedagogía. A. Coruña/Universidade da Coruña: Revista Galego-Portuguesa de Psicología e Educación, 2007.

CARNEIRO, M. T. L. M. **A categorização do podcast regional: análise do conteúdo produzido no Tocantins**. 2018. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Sociedade) –



Universidade Federal do Tocantins, Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Sociedade, Palmas.

CARVALHO, K. M. A. de. **PODCAST: estudo bibliográfico a partir da análise conceitual da mídia como documento tendo como aporte teórico os preceitos de Paul Otlet.** 2016.

ETAIN. **Brasil é o 5º no ranking mundial de crescimento na produção de podcasts.** 2024. Disponível em: <<https://consumidormoderno.com.br/podcasts-modelo-pandemia-brasil/>>. Acesso em: 13 Mar. 2024.

FERREIRA, C. et al. **Possibilidades educacionais para tecnologia podcast.** Anais dos Workshops do Congresso Brasileiro de Informática na Educação, v. 5, n. 1, 2016.

GAROFALO, D. **Chegou a hora de inserir o podcast na sua aula.** Nova Escola. Acessado em: 01 jan. 2022. Disponível em: <<https://novaescola.org.br/conteudo/18378/chegou-a-hora-de-inserir-o-podcast-na-sua-aula/>>.

JOBINGS, D. **Exploiting the educational potential of podcasting.** Russell Educational Consultancy and Productions, 2005. Disponível em: <<http://recap.ltd.uk/articles/podguide.html>>. Acesso em: 03 maio 2006.

JANONE, L. **Compras online e consumo de podcast têm boom durante a pandemia, diz pesquisa.** Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/economia/compras-online-e-consumo-de-podcast-tem-boom-durante-a-pandemia-diz-pesquisa/>>. Acesso em: 06 ago. 2022.

MALHOTRA, N. K. **Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada.** 6ª ed. Bookman, 2012.

MELO, N. C. **PODCAST: uma nova ferramenta no contexto educacional.** Revista Educação Sem Distância, n. 3, jun. 2021.

MOURA, A.; CARVALHO, A. A. **Podcast: potencialidades na educação.** Prisma.Com (Portugal), n. 3, p. 88-110, 2006a.

NASCIMENTO, B. R. A. D. et al. **O uso do podcast como ferramenta de ensino a distância em cursos da educação profissional e tecnológica.** Tecnologia da Informação e Comunicação: Pesquisas em Inovações Tecnológicas, v. 3, n. 1, p. 149-162, 2022.

NARCISO, R. et al. **Ferramentas colaborativas na educação EAD.** Revista Contemporânea, v. 4, n. 1, p. 1941-1959, 2024.

OLIVEIRA, A. F. D. **Gamificação no cotidiano escolar: Um mapeamento sistemático de literatura com ênfase em tecnologia e educação.** 2018.

PRIMO, A. F. T. **Para além da emissão sonora: as interações no podcasting.** Intertexto, n. 13, p. 1-17, 2005.



SILVA, A. S.; CARMO, S. A.; JUNIOR, E. S. **Desafios tecnológicos no ensino remoto em tempos de pandemia.** Revista Carioca de Ciência, Tecnologia e Educação, v. 7, n. 2, p. 58-72, 2022.

SILVA, T. A. A. T.; FERREIRA, S. H. D. **As possibilidades do uso de podcast no ensino superior: uma breve revisão.** Pesquisa e Debate em Educação, v. 12, n. 2, p. 1-e36113, 2022.

SOUZA, L. D. D. et al. **Tecnologias digitais no ensino de química: uma breve revisão das categorias e ferramentas disponíveis.** Revista Virtual de Química, v. 13, n. 3, p. 713-746, 2021.

TIAGO, T. S. et al. **A utilização do podcast como uma ferramenta inovadora no contexto educacional.** Redin-Revista Educacional Interdisciplinar, v. 7, n. 1, 2018.

VILELA, L. (2021, julho 23). **Brasil é o 5º no ranking mundial de crescimento na produção de podcasts.** **Consumidor Moderno.** Recuperado em 10 de dezembro de 2022, de <https://consumidormoderno.com.br/2021/07/23/podcasts-modelo-pandemia-brasil>