



INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE
PERNAMBUCO – IFPE *CAMPUS* RECIFE
CURSO SUPERIOR TECNOLÓGICO EM GESTÃO DE TURISMO

CAIO ALEXANDRE DA SILVA ALBUQUERQUE

**PERNAMBUCO MEU XODÓ: Podcast sobre conteúdos relacionados ao
Turismo em Pernambuco**

Recife
2025

CAIO ALEXANDRE DA SILVA ALBUQUERQUE

PERNAMBUCO MEU XODÓ: Podcast sobre conteúdos relacionados ao turismo em Pernambuco.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Coordenação do Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco – IPFE/*Campus* Recife como requisito parcial para obtenção de título de Tecnólogos em Gestão de Turismo.

Orientadora: Prof^a. Dra. Cláudia da Silva Santos Sansil.

Recife

2025

FICHA CATALOGRÁFICA

A345p

2025

Albuquerque, Caio Alexandre da Silva.

Pernambuco meu xodó : podcast sobre conteúdos relacionados ao turismo em Pernambuco / Caio Alexandre da Silva Albuquerque. --- Recife: O autor, 2025. 59f. il. Color.

TCC (Curso Superior Tecnológico em Gestão de Turismo) – Instituto Federal de Pernambuco, 2025.

Inclui Referências e apêndices

Orientadora: Professora Dra. Cláudia da Silva Santos

1. Turismo. 2. Turismo - Pernambuco. 3. Podcast - turismo. I. Título. II. SANTOS, Cláudia da Silva (orientadora). III. Instituto Federal de Pernambuco.

CDD 338.4791 (21ed.)

CAIO ALEXANDRE DA SILVA ALBUQUERQUE

**PERNAMBUCO MEU XODÓ: Podcast sobre conteúdos relacionados ao turismo
em Pernambuco.**

Trabalho aprovado. Recife, 04 de julho de 2025.

Professora Dra. Cláudia da Silva Santos Sansil
(Orientadora/Presidente da Banca)

Professora Mestra Sônia Cristina Amorim da Silva
(Avaliadora Interna)

Professor Especialista Thiago Marques Cardoso
(Avaliador Externo)

Recife
2025

AGRADECIMENTOS

É com muita alegria que finalizo mais uma etapa na vida acadêmica, mérito este que eu não carrego sozinho.

Agradeço primeiramente a Deus, a quem dedico minha fé, confiança e sempre me dá força para seguir, abrindo os caminhos que eu preciso transitar para avançar.

Um agradecimento muito especial vai para minha mãe, Vânia Lúcia, que me deu a vida, me ensinou sobre ser forte, sobre respeito, princípios, coragem e me inspira a ser melhor a cada dia. Que sempre trabalhou para me proporcionar conforto, educação e qualidade de vida com muito amor, dedicação e proteção, além de toda minha família, especialmente meu pai, Eugênio Paxelly e meu irmão Paulo Adriano que me incentivam a crescer e alcançar os objetivos e sonhos que carrego comigo.

Agradeço à turma que cursou esta graduação junto a mim, principalmente meus amigos Allan Nunes e Caio Eduardo, que foram um grande apoio nos momentos em que estivemos juntos nas realizações dos trabalhos acadêmicos, inclusive do pré-projeto deste TCC, nas aulas de campo e na companhia diária que contribuiu para tornar esse trajetória leve e feliz.

Agradeço todo o apoio do meu companheiro João Neto, meus amigos Gabriel Barros, Alan Oliveira e Luan Medeiros que foi a primeira pessoa que me incentivou a fazer este curso.

Finalizo agradecendo à instituição IFPE – Campus Recife, todos os professores do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo, que dentre eles está a minha Orientadora Prof^a. Dra. Cláudia Sansil, que foi essencial na elaboração deste projeto, onde apesar dos obstáculos que tivemos, contribuiu significativamente, dando suporte e ajudando a identificar as oportunidades de utilizar as ideias de uma forma cada vez mais efetiva.

Ainda que na vida nos deparemos com diversos desafios, ter pessoas que amamos, admiramos, e caminham junto conosco, é de extrema importância para seguirmos em frente. Muito obrigado a todos que estiveram comigo nesta jornada!

Caio Alexandre da Silva Albuquerque

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Faixa Etária	25
Gráfico 2 - Identidade de Gênero	26
Gráfico 3 - Raça	27
Gráfico 4 - Escolaridade.....	27
Gráfico 5 - Entretenimento sobre Podcast.....	28
Gráfico 6 - Frequência de Consumo	28
Gráfico 7 - Relação com o Turismo.....	29
Gráfico 8 - Temáticas	29
Gráfico 9 - Investimentos	30
Gráfico 10 - Desafios	30
Gráfico 11 - Nome do Podcast.....	31

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ABPod	Associação Brasileira de Podcasters
EBC	Empresa Brasil de Comunicação
EMPETUR	Empresa de Turismo de Pernambuco
SETUR	Secretaria de Turismo de Pernambuco
SETUR-L	Secretaria de Turismo e Lazer do Recife
ODS	Objetivos de Desenvolvimento Sustentável
ONU	Organização das Nações Unidas

RESUMO

Este estudo aborda a importância do podcast como ferramenta de promoção e divulgação do Turismo no Estado de Pernambuco, conforme demonstrado através da pesquisa de campo, aplicada por meio de questionário eletrônico, com o *Google Forms*, na qual a hipótese do uso deste canal de comunicação como eficiente e eficaz foi confirmada. Neste trabalho, usou-se como base teórica os autores: Castro *et al.* (2025), Forlani (2024), Martins *et al.* (2024), Araújo (2022), Cardoso e Villaça (2022), Medeiros *et al.* (2021), entre outros. Trata-se, portanto, de um Estudo de Caso com o uso de técnicas combinadas: análise documental, entrevista e pesquisa bibliográfica. Nas análises, as respostas foram categorizadas por blocos temáticos na perspectiva de possibilitar a compreensão dos assuntos a serem pautados em consonância com os dados advindos do universo respondente, um total de 54 pessoas. O Trabalho de Conclusão de Curso filia-se aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), especificamente os de número 4, 8, 9, 11, 12 e 17, da Organização das Nações Unidas (ONU), e conclui uma oportunidade de espaço a ser preenchido com a criação do podcast voltado à divulgação do Turismo no Estado de Pernambuco.

Palavras-chave: Podcast; Promoção Turística; Conteúdo; Pernambuco.

ABSTRACT

This study addresses the importance of the podcast as a tool for promoting and publicizing tourism in the State of Pernambuco, as demonstrated through field research conducted via an electronic questionnaire using Google Forms, in which the hypothesis regarding the use of this communication channel as efficient and effective was confirmed. The theoretical basis of this work draws on the following authors: Castro et al. (2025), Forlani (2024), Martins et al. (2024), Araújo (2022), Cardoso and Villaça (2022), Medeiros et al. (2021), among others. This is, therefore, a Case Study using combined techniques: document analysis, interviews, and bibliographic research. In the analysis, the responses were categorized into thematic blocks with the aim of enabling an understanding of the topics to be addressed, in line with the data provided by the respondent universe, totaling 54 individuals. This Undergraduate Final Project aligns with the Sustainable Development Goals (SDGs), specifically numbers 4, 8, 9, 11, 12, and 17, set by the United Nations (UN), and concludes by identifying an opportunity to be filled through the creation of a podcast aimed at promoting tourism in the State of Pernambuco.

Keywords: Podcast; Tourism Development; Content; Pernambuco.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO NAS ONDAS DO PODCAST	10
1.1	Justificativa - A Comunicação Turística Na Era Digital	12
3	OBJETIVOS NO RITMO DO POVO	15
3.1	Objetivo Geral	15
3.2	Objetivos Específicos	15
4	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA NA FREQUÊNCIA DA MUDANÇA	16
4.1	Um pouco de História	16
4.1.1	<i>História do Rádio no Brasil</i>	17
4.1.2	<i>História do Rádio em Pernambuco</i>	18
4.1.3	<i>Importância do rádio no Estado Pernambuco</i>	19
4.2	Turismo	25
4.3	Turismo, Comunicação e Tecnologia da Informação	28
4.4	Podcast	30
5	METODOLOGIA NA ERA DIGITAL	34
6	42	
6.1	O podcast	42
6.2	Público-alvo	42
6.3	Desenvolvimento	43
6.4	Valores necessários à criação do podcast	44
6.5	Fontes de apoio e parcerias	44
6.6	Divulgação	45
6.7	Roteiro dos seis primeiros episódios do Podcast Pernambuco Meu Xodó e articulação com os ODS da ONU	45
6.8	Concepção de Vinhetas para o Podcast	48
6.9	Roteiro Básico para cada episódio (Sujeito a mudanças de acordo com a participação dos ouvintes)	48
7	CONCLUSÃO	50
	REFERÊNCIAS	51
	APÊNDICE A - PESQUISA APLICADA NA ÍNTEGRA (GOOGLE FORMS	54
		57

1 INTRODUÇÃO NAS ONDAS DO PODCAST

Este estudo tem como objeto de pesquisa o podcast, especificamente a possibilidade da criação de um, destinado a abordar temáticas relacionadas à área do Turismo, buscando a atração de novos turistas, a promoção desta área no Estado de Pernambuco, e também estimular a população local a conhecer o lugar onde vivem e divulgar os atrativos, os produtos e os destinos turísticos de uma das ex-capitanias que mais prosperaram na época do Brasil Colônia.

Para alguns autores, o podcast é “filho” do rádio. Nesse sentido, é importante destacar a importância deste veículo, particularmente nas décadas de 1950 e 1960, quando a televisão dava seus primeiros passos e o rádio estava para aquela sociedade como a internet está para os seus usuários no século XXI.

Com a digitalização, surgem novas formas de consumir conteúdo, o que tem impactado significativamente diversos setores, incluindo o do Turismo:

Cada vez mais autônomo e exigente, antes de tomar a iniciativa de querer viajar, o turista explora todas as opções que existem no mercado. Para esta dinâmica muito contribui a evolução da tecnologia que conduziu à existência de diferentes canais de comunicação e de plataformas no ecossistema digital. (IPDT – Turismo e Consultoria 2022).

Entre essas inovações, os podcasts se destacam como uma mídia em ascensão, oferecendo uma maneira única de informar, entreter e engajar o público. No Brasil, este formato de conteúdo tem ganhado cada vez mais adeptos, mostrando a importância crescente dos meios digitais na disseminação de informações e na criação de novas experiências de consumo, como afirma o relatório da pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Podcasters:

Com base nos resultados da pesquisa e na distribuição demográfica do Brasil, estimamos que o país tenha aproximadamente 31,94 milhões de ouvintes de podcasts. Esse número inclui uma variação esperada, considerando a margem de erro, entre 30,28 milhões e 33,60 milhões de ouvintes. O crescimento contínuo do podcast no Brasil, tanto em termos de produção quanto de audiência, reafirma a

relevância dessa mídia na rotina dos brasileiros. (ABPod, 2024, p. 1).

Este cenário demonstra a relevância crescente dos podcasts como uma mídia alternativa e eficiente para alcançar diferentes públicos, sendo um campo fértil para criadores de conteúdo, anunciantes e pesquisadores interessados nas dinâmicas de consumo digital.

Neste Trabalho de Conclusão de Curso, buscou-se explorar o potencial da criação de um podcast dedicado ao Turismo em Pernambuco, destacando a rica diversidade cultural, histórica e natural do Estado. Ao longo deste estudo, examinou-se a importância do Turismo para a economia local e foi explorado como um podcast pode constituir-se em veículo eficaz para promover o debate sobre a atividade turística na localidade.

Assim, a pergunta de pesquisa é a seguinte: um podcast dedicado a veicular informações e entrevistas sobre a atividade turística ajudaria a desenvolvê-la? Consequentemente, a hipótese levantada é: o podcast pode se constituir em canal de comunicação eficiente e eficaz na propagação do Turismo em Pernambuco? Como será visto adiante, ao tratar a respeito da dimensão metodológica, a pesquisa de campo auxiliou na comprovação de tal hipótese.

O intuito de dialogar sobre o Estado de Pernambuco e o seu Turismo para um público afim deste segmento fez-se necessário à elaboração de um Projeto destinado à criação do Podcast proposto neste Estudo. A proposta é disponibilizá-lo nas plataformas de *streaming*, e, com isso, mostrar a cultura, história e beleza natural do Estado. O Turismo em Pernambuco vem crescendo, segundo o Observatório do Turismo de Pernambuco, “(...) cresceu 4,5% no volume de atividades turísticas no segundo trimestre de 2024 (abril/maio/junho), comparando-se com o mesmo período do ano anterior, ocupando a 6ª posição no ranking nacional” (Empetur, 2024, p. 2), e um podcast pode desempenhar um papel importante com análises sobre o trabalho realizado para obtenção destas melhorias e debates com objetivos de avançar no crescimento, promovendo cada vez mais o destino Pernambuco, os atrativos e produtos turísticos deste lugar.

Nesse sentido, destaca-se a Pesquisa está em sintonia com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU),

particularmente os de número 8: “Emprego digno e Crescimento Econômico”, e 9: “Indústria, Inovação e Infraestrutura”. Porque no caso do ODS número 8, a indústria do Turismo necessita se empenhar mais quanto à oferta de empregos dignos uma vez que são muitos os casos de denúncia sobre desvio de função, adoecimentos com questões relacionadas à saúde mental (ansiedade, Bournout, depressão etc.) e o crescimento econômico pode e deve ser sustentável considerando, entre outras dimensões, a qualidade de vida aos seus colaboradores e as estratégias visando o crescimento em harmonia com a saúde dos trabalhadores e trabalhadoras. Já o ODS de número 9 articula-se tanto no âmbito da inovação, pois o podcast constitui-se em mídia inovadora e o Turismo é uma indústria a qual precisa de infraestrutura digna a fim de que possa acontecer.

Compreende-se que os podcasts são ferramentas poderosas de comunicação no século XXI, e potencializá-los para compartilhar informações sobre o Turismo poderá torná-los oportunidade de promover trocas de conhecimentos e gerar novas ideias para pessoas ligadas a este mercado, trazendo compreensão sobre as tendências atuais, oportunidades de negócios, e estratégias de marketing específicas à região, proporcionando uma visão abrangente e diversificada desta atividade.

No próximo episódio, *streaming* que conecta: a Importância do Podcast na divulgação turística.

1.1 Justificativa - A Comunicação Turística Na Era Digital

No contexto atual, a comunicação digital desempenha um papel central na promoção de destinos turísticos, especialmente diante da crescente demanda por informações rápidas, acessíveis e dinâmicas. O avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) tem transformado significativamente a forma como os turistas planejam e vivenciam suas viagens. Nesse cenário, o podcast surge como uma ferramenta inovadora e estratégica capaz de potencializar a divulgação dos atrativos turísticos, de maneira prática, acessível e até criativa.

O Estado de Pernambuco, reconhecido por sua rica diversidade cultural, histórica, natural e gastronômica, possui um vasto repertório de atrativos que, muitas vezes, carecem de divulgação em formatos contemporâneos, adequados aos perfis

dos turistas da era digital. Segundo dados do Ministério do Turismo (2023), os viajantes têm buscado cada vez mais conteúdos digitais para planejar seus roteiros, priorizando fontes que ofereçam informações relevantes, de fácil consumo e que possam ser acessadas em qualquer momento, seja durante o planejamento ou mesmo na experiência de viagem.

O podcast, enquanto mídia sonora sob demanda, permite que o turista tenha acesso a conteúdos informativos, narrativas culturais e dicas de forma prática, podendo ser consumido durante deslocamentos, atividades cotidianas ou até nas caminhadas pelos destinos. Além disso, é uma ferramenta inclusiva, uma vez que não exige habilidades complexas para seu acesso, estando disponível nas principais plataformas de streaming, de forma gratuita.

A veiculação de um podcast voltado ao turismo pernambucano não só amplia as possibilidades de divulgação dos atrativos, mas também fortalece a conexão dos visitantes com a cultura local, com seus modos de vida, suas histórias e seus patrimônios materiais e imateriais. Esse tipo de mídia contribui, portanto, para um turismo mais informado, consciente e qualificado, promovendo experiências mais enriquecedoras e fortalecendo, consequentemente, a economia criativa e o desenvolvimento sustentável do território.

Ademais, é fundamental destacar que este trabalho também se insere no compromisso social que deve nortear a atuação dos profissionais formados por Instituições de Ensino Superior (IES) públicas. A produção de um podcast com foco na divulgação turística representa uma importante ação de devolutiva à sociedade, na medida em que democratiza o acesso à informação, valoriza os saberes locais e contribui para o fortalecimento da cadeia produtiva do turismo. Trata-se de um retorno social que reflete a responsabilidade ética e profissional dos gestores de turismo, os quais, além de atuar no mercado, têm o dever de aplicar os conhecimentos adquiridos em prol do desenvolvimento social, econômico, cultural e ambiental dos territórios em que estão inseridos.

Diante disso, este Trabalho de Conclusão de Curso justifica-se pela necessidade de fomentar novas estratégias de comunicação turística, alinhadas às tendências contemporâneas e às demandas dos viajantes conectados, ao mesmo

tempo em que reafirma o compromisso social da formação pública superior. Ao propor um programa no formato podcast, busca-se não apenas divulgar os atrativos do Estado de Pernambuco, mas também valorizar as narrativas locais, democratizar o acesso à informação turística e impulsionar a competitividade dos destinos pernambucanos no cenário nacional e internacional, cumprindo, assim, uma função social relevante e alinhada com os princípios das IES públicas.

Este Trabalho de Conclusão de Curso, portanto, busca demonstrar a importância de um programa no formato podcast voltado ao Turismo no Estado de Pernambuco, que pode proporcionar ao turista um melhor aproveitamento de sua experiência utilizando-se desta ferramenta de fácil acesso em diversos *streamings*. A veiculação do programa possibilitará conhecer de forma dinâmica e descontraída atrativos turísticos disponibilizados aos visitantes.

A seguir, os objetivos no ar!

3 OBJETIVOS NO RITMO DO POVO

3.1 Objetivo Geral

Desenvolver uma proposta de criação de um podcast como ferramenta de comunicação digital voltada à divulgação de temas relacionados ao turismo no Estado de Pernambuco, contribuindo para a promoção dos atrativos locais e para o fortalecimento da atividade turística de forma sustentável.

3.2 Objetivos Específicos

3.2.1 Realizar levantamento e análise dos temas de interesse para o público turístico, por meio de pesquisa de campo e consulta a fontes locais.

3.2.2 Estabelecer a articulação dos conteúdos do podcast com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030 da ONU, promovendo alinhamento às práticas de turismo responsável e sustentável.

3.2.3 Planejar, roteirizar e produzir episódios com conteúdo relevante, atrativo e acessível, que contemplem informações culturais, históricas e socioambientais de Pernambuco.

Utilizar recursos tecnológicos e ferramentas de áudio digital para garantir a qualidade técnica e comunicacional do produto final, promovendo uma experiência sonora agradável, informativa e inclusiva para os ouvintes.

4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA NA FREQUÊNCIA DA MUDANÇA

Para efeito deste estudo, faz-se necessário conhecer um pouco sobre a história da radiodifusão, uma vez que o podcast tem suas raízes no rádio. Nesse sentido, estabeleceu-se uma breve cronologia de sua história no Brasil e no Estado de Pernambuco, local escolhido como espaço a ser divulgado em nosso podcast.

4.1 Um pouco de História

O rádio, considerado um dos veículos de comunicação mais populares e democráticos do século XX, tem suas origens no Brasil no ano de 1922, quando, durante as comemorações do Centenário da Independência, foi realizada a primeira transmissão radiofônica experimental no Rio de Janeiro. No ano seguinte, em 1923, surge oficialmente a *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*, idealizada por Roquette Pinto, com objetivos educativos, científicos e culturais, sem fins comerciais. Como veremos adiante, o pioneirismo oficial, no entanto, pertence a Pernambuco.

Como nos relata Rosa (2018), ao longo das décadas de 1930 e 1940, o rádio se consolida como meio de comunicação de massa, passando a adotar um modelo comercial, com a inserção de publicidade, programas de auditório, radionovelas, jornais radiofônicos e música. Nesse período, o rádio assume um papel central na formação da opinião pública, na construção de identidades culturais e na democratização da informação.

Em Pernambuco, a história da radiodifusão começa em 1934 com a fundação da *Rádio Clube de Pernambuco*, reconhecida como a “*Pioneira do Norte*”. O Brasil já foi “dividido” por sua própria população e a mídia entre “entre sul e norte”. Assim, os estados do sul e sudeste eram chamados de sul, enquanto norte e nordeste de norte. Ainda sobre a Rádio Clube, desde sua criação, essa emissora desempenhou um papel estratégico na promoção e preservação da cultura local, veiculando músicas, manifestações culturais, conteúdos jornalísticos, esportivos e programas educativos. A programação valorizava expressões típicas do estado, como o frevo, o maracatu, a ciranda, o forró, além de dar voz a artistas locais e movimentos culturais. (Rosa, 2018).

O rádio pernambucano, assim como no restante do país, acompanhou os avanços tecnológicos, passando da transmissão em amplitude modulada (AM) para frequência modulada (FM), e posteriormente, migrando também para o ambiente

digital, por meio de rádios web e transmissões via internet.

Segundo Rosa (2018), o desenvolvimento das tecnologias digitais no início dos anos 2000 proporcionou uma transformação significativa na comunicação sonora, dando origem ao podcast. O termo surge em 2004, da junção de *iPod* (dispositivo da Apple) com *broadcast* (transmissão), representando uma nova forma de distribuição de conteúdo em áudio, agora sob demanda. Diferente do rádio, cuja transmissão ocorre em tempo real, o podcast permite que os ouvintes escolham quando, como e onde ouvir os episódios, por meio de plataformas de streaming e aplicativos dedicados.

No Brasil, os podcasts começam a ganhar espaço entre 2005 e 2010, inicialmente focados em nichos como tecnologia, cultura pop e entretenimento. A partir de 2018, o formato se massifica, alcançando grandes públicos, com a entrada de veículos de imprensa, instituições de ensino, produtores independentes e iniciativas culturais.

Em Pernambuco, a cultura do podcast cresce impulsionada pela tradição de comunicação popular e pela riqueza cultural do estado. Diversos coletivos, produtores independentes e instituições passaram a adotar o formato como ferramenta para divulgação de saberes, histórias, patrimônios e manifestações culturais, além de abordar temas sociais, ambientais e turísticos. Assim, o podcast se consolida como uma reconfiguração do rádio, alinhado às novas dinâmicas de consumo de conteúdo da era digital, sem perder a essência da oralidade e da comunicação afetiva que sempre caracterizou a radiodifusão.

Diante desse contexto, a proposta deste Trabalho de Conclusão de Curso compreende o podcast como um meio contemporâneo e acessível, capaz de promover a divulgação turística do Estado de Pernambuco, valorizando seus espaços culturais, históricos e naturais, ao mesmo tempo em que democratiza o acesso à informação e fortalece a identidade local.

4.1.1 História do Rádio no Brasil

A primeira transmissão oficial aconteceu na Rádio Clube de Pernambuco, cujo *slogan* era: “Pernambuco falando para o mundo”. Data de 20 de abril do ano de 1923, emissora dos Diários Associados do proprietário, o pernambucano Assis Chateaubriand. O precursor também foi o responsável pela implantação de várias

emissoras no país, destacadamente no estado do Rio de Janeiro.

O rádio, no entanto, tem seus primeiros registros no Brasil em 1922. Nesse ano, o Governo Federal concedeu a primeira licença para uma estação de rádio, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. Na década de 1930, o rádio se consolida como veículo da propaganda política, assim como o empoderamento da difusão da cultura brasileira. Começavam a surgir as primeiras radionovelas e os iniciais radioteatros.

No ano de 1936, a carioca Rádio Nacional é criada e passa a ocupar posição de destaque, como uma das principais emissoras no Brasil, cuja programação privilegiava a transmissão de programas de música, teatro e notícias. Trata-se de uma emissora pública, vinculada à Empresa Brasil de Comunicação (EBC), e a grade de programação permanece atendendo às dimensões da cultural local e regional do Brasil.

4.1.2 História do Rádio em Pernambuco

O pioneirismo em Pernambuco foi da então chamada Estação de rádio Rádio Clube de Pernambuco. Todavia, a primeira transmissão oficial pertence à Rádio Jornal do Commercio, no ano de 1930, quando se tornou uma das principais emissoras do Estado.

Entre as décadas de 1940 e 1950, o rádio ocupou espaço privilegiado na difusão das músicas populares brasileiras no Estado de Pernambuco. A Rádio Jornal do Commercio e a Rádio Clube de Pernambuco, com suas transmissões, passaram a oferecer entretenimento, lazer e emplacar os primeiros *hits* de sucesso em nível nacional. Essa grade de programação mista, eclética e com destaque nos cenários local e nacional permitiu a rápida popularidade desse veículo, que, nos dias atuais, em pleno século XXI, mantém ouvintes fidelizados.

É importante destacar a rápida forma de Pernambuco em se atualizar quanto às mídias contemporâneas. Não foi diferente com o podcast. Essa nova forma de radiodifusão digital é rapidamente incorporada, tanto por produtores independentes quanto por veículos de comunicação, coletivos culturais, instituições acadêmicas e iniciativas de valorização da história, do turismo e da cultura local. O podcast, portanto, representa uma evolução do rádio, mantendo sua essência comunicativa e de

construção de laços afetivos, mas adaptado aos recursos e às dinâmicas da sociedade contemporânea.

Diante desse percurso, a proposta deste trabalho visa compreender e aplicar o podcast como instrumento de divulgação turística do Estado de Pernambuco, explorando sua potência como meio de comunicação acessível, democrático e culturalmente relevante.

4.1.3 Importância do rádio no Estado Pernambuco

O rádio desempenhou um papel importante na história de Pernambuco, servindo como uma ferramenta de comunicação e entretenimento à população local, destacadamente as mais carentes. Assim, o rádio ocupou espaço relevante na perspectiva da difusão da cultura popular brasileira, além da promoção das manifestações artísticas locais, destacadamente a música. O rádio fornecia: lazer, entretenimento, informação e serviço. As primeiras radionovelas brasileiras consagraram atores e atrizes, os quais depois migraram à televisão com o teleteatro, feitos ao vivo.

No contemporâneo, o rádio permanece como veículo fundamental de comunicação. Basta recordar que, durante a pandemia de Covid-19, muitas cidades interioranas lançaram mão dessa ferramenta para que os professores pudessem ministrar “radioaulas”, pois, apesar do mundo conectado, há bolsões de pobreza sem acesso à internet, tampouco a aparelhos celulares. Desta maneira, o rádio cumpriu, mais uma vez, seu papel social diante de uma crise sanitária. No estado de Pernambuco, há muitas emissoras transmitindo programas de música, notícias e entretenimento à população local, ressaltando-se as classes populares.

Nesta perspectiva, o presente TCC alinha-se aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ODS), especificamente os de números 8 e 9, os quais, respectivamente, abordam as questões relacionadas ao crescimento econômico e à inovação. A criação do podcast poderá auxiliar a impulsionar tais objetivos, pois acreditamos na comunicação como dimensão importante na divulgação dos destinos e dos atrativos pernambucanos, assim como o podcast vincula-se a uma das inovações do século XXI.

Breve cronologia das origens do Rádio no Brasil

- **1922** – O rádio chega oficialmente ao Brasil, durante as comemorações do Centenário da Independência, com uma transmissão experimental realizada no Rio de Janeiro.
- **1923** – Fundação da primeira emissora oficial: a *Rádio Sociedade do Rio de Janeiro*, criada por Roquette Pinto, com foco na educação e na divulgação científica e cultural, sem fins comerciais.
- **1930-1940** – Período de expansão do rádio. Surge o modelo comercial, com a veiculação de publicidade, programas de auditório, radionovelas, músicas e notícias. O rádio se consolida como principal meio de comunicação de massa no país.

Desenvolvimento da Radiodifusão em Pernambuco

- **1934** – Inauguração da *Rádio Clube de Pernambuco*, a primeira emissora do estado e uma das pioneiras do país. Desempenhou papel essencial na divulgação da cultura local, da música, do teatro e da informação.
- Ao longo das décadas de 1940 e 1950, Pernambuco se consolida como um polo de comunicação radiofônica no Nordeste, com expansão de rádios AM e, posteriormente, FM.
- As rádios pernambucanas contribuíram significativamente para a preservação da cultura local, com transmissão de forró, frevo, maracatu, ciranda, através de programas educativos e jornalísticos.

Da Radiodifusão Analógica ao Digital

- A partir dos anos 1990, com o avanço da internet, surgem as primeiras rádios web, que passaram a transmitir seus conteúdos também no ambiente digital.
- O rádio se adapta às novas tecnologias, mantendo seu papel como veículo de acesso popular, especialmente em contextos urbanos e rurais.

Surgimento dos Podcasts: uma evolução do Rádio

- **2004** – Surge o termo *podcast*, junção de *iPod* (aparelho da Apple) e *broadcast* (transmissão). Os podcasts surgem como arquivos de áudio disponíveis para download ou streaming, possibilitando que o usuário escute quando e onde quiser.
- No Brasil, os podcasts começam a se popularizar entre 2005 e 2010, inicialmente em nichos de tecnologia e cultura pop.
- A partir de **2018**, há uma explosão no consumo de podcasts no país, impulsionada pelas plataformas de streaming (Spotify, Deezer, Google Podcasts, Amazon Music, entre outras) e pela profissionalização do formato, incluindo grandes veículos de mídia, universidades e produções independentes.
- Atualmente, o podcast é reconhecido como uma mídia democrática, acessível e de baixo custo de produção, com potencial educativo, cultural e turístico.

Podcast no Contexto Pernambucano

- Pernambuco, com sua rica tradição na comunicação popular, na cultura e na arte, tem aderido ao formato podcast tanto por parte de produtores independentes quanto de instituições, veículos jornalísticos e projetos educacionais e culturais.
- O podcast surge, portanto, como uma ferramenta contemporânea capaz de divulgar, preservar e valorizar os patrimônios culturais, naturais e históricos do estado, democratizando o acesso à informação e fomentando o turismo local.

Fonte: Adaptado Lima, 2021

No século XXI, as transformações tecnológicas e os desafios socioambientais se interconectam de forma cada vez mais evidente. Nesse cenário, o compromisso planetário assumido pelos países signatários da Agenda 2030, promovida pela Organização das Nações Unidas (ONU), torna-se uma diretriz fundamental para pensar e agir localmente, com impactos globais. Assim, a Agenda 2030 é um plano de ação coletivo voltado para o desenvolvimento sustentável, buscando erradicar a pobreza, proteger o meio ambiente e reduzir desigualdades (ONU, 2024).

O Brasil, como país signatário, tem assumido responsabilidades significativas nesse processo, as quais serão reafirmadas na Conferência das Nações Unidas, prevista para ocorrer na Amazônia em 2026. Este Evento histórico reforça a urgência de ações concretas alinhadas aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), cujos princípios orientam tanto políticas públicas quanto iniciativas na sociedade civil, na educação e na comunicação.

É nesse contexto que se insere este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC), que propõe a criação de um podcast voltado à divulgação do turismo no Estado de Pernambuco. Mais do que uma produção midiática, o podcast é compreendido como uma estratégia de democratização do acesso à informação, de valorização da cultura local, de fortalecimento da economia criativa e do estímulo a práticas de turismo sustentável.

Nesse sentido, as Instituições de Ensino Superior públicas precisam se engajar nas demandas planetárias apresentando propostas que possam auxiliar na reconstrução do Planeta Terra, seja através das políticas internas, no estímulo ao debate, na construção de produções científicas as quais dialoguem com a sociedade. O presente Estudo, portanto, reafirma o compromisso social do IFPE em oferecer devolutivas para a sociedade e para a área de formação profissional, produzindo pesquisa aplicada, relevante e alinhada às demandas contemporâneas, como os ODS.

Nesta Perspectiva, o TCC busca não se limitar à produção de conteúdo midiático, mas se inserir num movimento de construção de práticas comunicacionais comprometidas com a sustentabilidade, a diversidade, a inclusão e o desenvolvimento social, cultural e econômico do território pernambucano.

Figura 1 - Objetivos de Desenvolvimento Sustentável



Fonte: ONU (2024).

Dos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável acima, elegeu-se alguns que possuem articulação direta com a prática do Turismo, enquanto outros, a exemplo do número 4: Educação de Qualidade de forma mais indireta; todavia não menos importante, pois sem a base de formação dos turismólogos, por exemplo, não haverá bons gestores no presente, tampouco no futuro. Para efeito didático, o Quadro abaixo sintetiza a articulação entre este Projeto e os ODS:

Quadro 1 - Articulação dos Objetivos do TCC com os ODS

ODS	Descrição do ODS	Relação com os Objetivos do TCC	Contribuições e Impactos Esperados
ODS 4	Educação de Qualidade	Produzir conteúdos educativos sobre turismo, cultura e história de Pernambuco.	Democratização do conhecimento, ampliação do acesso à informação, fortalecimento da educação não formal e da consciência cultural.
ODS 8	Trabalho Decente e	Estimular o turismo	Geração de oportu-

	Crescimento Econômico	sustentável, valorizando pequenos empreendedores, artistas e agentes culturais locais.	nidades, fortalecimento da economia criativa, incentivo a práticas turísticas éticas e responsáveis.
ODS 9	Indústria, Inovação e Infraestrutura	Reconhecer o podcast como uma mídia inovadora na promoção do turismo.	Adoção de novas tecnologias como ferramentas de desenvolvimento, reforçando a importância da informação e da criatividade na geração de valor para o setor.
ODS 11	Cidades e Comunidades Sustentáveis	Divulgar o patrimônio histórico, cultural e natural, estimulando o turismo consciente.	Preservação da memória, valorização do patrimônio material e imaterial, incentivo ao pertencimento local e ao turismo sustentável.
ODS 12	Consumo e Produção Responsáveis	Sensibilizar sobre práticas de turismo que respeitem as comunidades locais e os recursos naturais.	Formação de turistas mais conscientes, redução de impactos ambientais e socioculturais negativos, promoção do turismo ético.
ODS 17	Parcerias e Meios de Implementação	Articular saber acadêmico, comunicação digital, cultura e desenvolvimento territorial por meio do podcast.	Fortalecimento de redes colaborativas entre universidade, comunidade, setor turístico e cultural,

			potencializando soluções locais com impacto global.
--	--	--	---

Adaptado o autor (2025)

É importante frisar o compromisso planetário com o cumprimento da Agenda 2030, a qual, em articulação com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), enquanto iniciativa da Organização das Nações Unidas (ONU), busca promover o desenvolvimento sustentável com a erradicação da pobreza no planeta (ONU, 2024). Lembrando os compromissos assumidos pelos países, inclusive o Brasil sediará, no ano de 2026, a Conferência das Nações Unidas, na Amazônia, visando reforçar os compromissos assumidos pelos governantes mundiais:

A Agenda 2030 da ONU é um plano de ação global que reúne 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e 169 metas com foco na erradicação da pobreza e na promoção de uma vida digna a todos. Tudo isso sem comprometer a qualidade de vida das próximas gerações. (CREA-RJ, 2024)

Desta forma, faz-se necessária a nossa colaboração, por mínima que seja, na perspectiva de criarmos iniciativas, a exemplo do nosso podcast, articulando e incorporando os ODS.

Os atores atuantes no desenvolvimento do Turismo, na concepção das políticas públicas, neste estudo compreendidas como um conjunto de ações que buscam o bem-estar da população, necessitam estabelecer indicadores e metas parametrizando o progresso em relação à aplicação dos ODS. Faz-se, ainda, imperativo mobilizar recursos e parcerias visando implementar os ODS, promover a conscientização e a educação sobre os ODS, e sua importância para o desenvolvimento sustentável do Turismo (ONU, 2024).

4.2 Turismo

Turismo pode ser entendido como um conjunto de atividades que envolvem o deslocamento das pessoas para fora do seu local de residência, com finalidade de lazer, negócios, saúde, entre outros. Em essência, refere-se às experiências

temporárias de indivíduos em locais fora de sua moradia, como afirma a Lei Geral do Turismo (Lei nº 14.978/2024):

Considera-se turismo o fenômeno social, cultural e econômico que envolve as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1 (um) ano, com finalidade de lazer, negócios, comparecimento a eventos, entre outros.” (Brasil, 2024).

Este conceito abrange as diversas facetas da atividade turística, refletindo a diversidade de motivações e experiências que as pessoas buscam ao viajar, seja para relaxar, explorar novos lugares, realizar negócios ou participar de eventos. Além disso, o período de um ano como limite temporal ajuda a definir o turismo como uma atividade temporária, diferenciando-a de uma mudança permanente de residência.

A questão social se faz presente na prática do Turismo, pois, ao se deslocar de um lugar para um diferente do que convivem, as pessoas se deparam com outras práticas e costumes, proporcionando um intercâmbio cultural.

O Turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupos de pessoas que, fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica e cultural. (Torre, 1992, p. 34 *apud* Müller; Silva, 2011, p. 14).

Nota-se que este conceito apresenta uma visão abrangente do Turismo como um fenômeno social, ressaltando a natureza voluntária e temporária das viagens turísticas, que pode ter como objetivo o bem-estar e o enriquecimento pessoal dos viajantes. Além disso, destaca ser o turismo gerador de inter-relações de grande importância nos aspectos social, econômico e cultural. Interações que podem incluir desde o intercâmbio entre diferentes culturas até o impacto econômico nas comunidades locais visitadas, promovendo o desenvolvimento de uma população, além de fortalecer os laços sociais e culturais entre as pessoas.

Ao analisar o fenômeno turismo deve levar em conta dois aspectos

importantes: o interesse dos turistas e o interesse do local que recebe os turistas. O primeiro procura regiões que oferecem atividades que ocupem seu tempo livre e que atendam a seus interesses. O segundo visa atrair os turistas para ocupar o tempo livre dos mesmos por meio das atrações que já possui ou que pode criar. O relacionamento entre essa duas partes produz resultados que levam o local visitado ao desenvolvimento econômico, à medida que a localidade se organiza e dinamiza o setor turístico. (Barbosa, 2005, p 108).

Sem deixar de considerar as dimensões dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável - ODS visando a preservação do território. Promover o segmento do Turismo, a circulação monetária, aumento a empregabilidade digna e o compromisso das organizações com a Agenda 2030.

É justamente nesse ponto que o turismo começa a produzir seus resultados, como a circulação da moeda, o aumento do consumo de bens e serviços, o aumento da oferta de empregos, a elevação do nível social da população e ainda o aparecimento de empresas dedicadas ao setor - agências de viagens, hotéis, restaurantes, transportes, cinemas, etc.- (Barbosa, 2005, p 108).

A indústria do Turismo desempenha um papel fundamental no desenvolvimento econômico e na promoção da cultura e patrimônio de uma região. Basta observar alguns dados:

O ano de 2024 se consagrou como o melhor da história para o turismo internacional no Brasil. Prova disso é que o país alcançou a marca recorde de 6.773.619 turistas estrangeiros no ano, um crescimento de 14.6% em comparação ao ano anterior. (Ministério do Turismo, 2025).

Já no ano de 2025, ainda no primeiro trimestre, observou-se um incremento histórico na movimentação de turistas advindos do Exterior:

o Brasil registrou a maior entrada de visitantes estrangeiros de toda a sua história: 3.739.649 turistas de fora do país chegaram aos destinos nacionais. No acumulado dos três primeiros meses, o aumento é ainda mais expressivo – 47,8% em comparação com o mesmo período do ano anterior. (Agência Gov, 2025).

Com esses dados, podemos visualizar o impacto do turismo na economia, sendo um importante gerador de divisas, podendo contribuir com a geração de emprego e renda, além de se firmar como uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento e fortalecimento de um destino no cenário global.

4.3 Turismo, Comunicação e Tecnologia da Informação

A comunicação faz parte das relações humanas e representa a troca de informações entre as pessoas, sendo verbal ou não-verbal, através de palavras, gestos e/ou expressões.

O conceito de comunicação vem do latim *communicare*, que significa tornar comum, compartilhar, trocar opiniões, associar, conferenciar. O ato de comunicar implica em trocar mensagens, que por sua vez envolve emissão e recebimento de informações. Comunicação é a provocação de significados comuns entre comunicador e intérprete utilizando signos e símbolos. (Pinheiro, 2005, p. 11).

Em vários cenários, a comunicação surge como dimensão essencial para o dinamismo de diversas atividades. Mediante os meios de comunicação ampliam-se informações no que se refere aos destinos e produtos turísticos em todo mundo. Além disso, os lugares e atrativos turísticos são elaborados coletivamente, ultrapassando as vivências locais e assim incentivando o turismo.

Uma considerável extravagância no Turismo relaciona-se ao ato de que a obtenção do produto turístico acontece antes da relação direta com a localidade. Mas aquele determinado espaço físico é o fundamental instrumento de consumo, “o consumidor-turista tem de se deslocar até o produto a ser consumido, o lugar turístico” (Cruz, 2001, p. 21 apud Vieira, 2013, p. 43).

Este é o um dos motivos da divulgação de modo assertivo nos meios digitais, pois constitui-se em maneira de estimular o consumidor a conhecer determinada localidade. Seguindo as informações dos destinos previamente divulgados, os possíveis turistas criam, através da internet e dos conteúdos veiculados, uma curiosidade, despertando o desejo em viajar até aquele destino. Martins *et al.* (2024, p. 122) sugerem que:

A análise dessas interações e o entendimento de suas implicações são essenciais para desvendar os padrões de comportamento de

consumo turístico, de modo a atender às expectativas e desejos desses viajantes influenciados digitalmente.

Neste sentido, a *web* efetua um vasto centro de informações sobre vários tipos de viagens e destinos para o turismo, facilitando cada vez mais as experiências dos usuários, indo além dos veículos de comunicação convencionais. A grande e acelerada evolução tecnológica tem total ligação com esse crescimento, promovendo a adequação coletiva neste processo e confirmando a superioridade aos demais. Com isso, é importante estabelecer articulação entre teóricos históricos e os avanços estabelecidos pela tecnologia. Castells (1999), por exemplo, há mais de duas décadas, já indicavam esta evolução.

A Internet tem tido um índice de penetração mais veloz do que qualquer outro meio de comunicação na história: nos Estados Unidos, o rádio levou trinta anos para chegar a sessenta milhões de pessoas; a TV alcançou esse nível em quinze anos; a Internet o fez em três anos após a criação da teia mundial. (Castells, 1999, p. 439 apud Vieira, 2013, p. 43).

Ao mencionar o alcance da internet, em apenas três anos após sua criação, em comparação com os 30 anos do rádio e os 15 anos da televisão para atingir o mesmo marco, ilustra não apenas o poder de adoção e disseminação da internet, mas também seu impacto revolucionário na forma como as pessoas se comunicam, consomem informações e interagem globalmente.

Com o mundo cada vez mais conectado, o uso de novas mídias, como os podcasts, se tornou uma ferramenta poderosa para a divulgação de destinos turísticos, alcançando diversos públicos. Segundo Cardoso e Villaça (2022, p. 112), o podcast: “Se tornou um aparato de comunicação com a possibilidade de quebrar paradigmas quanto à distribuição e a criação de conteúdos que, até então, estavam concentrados no sistema de radiodifusão.”

Como em vários outros mercados, as inovações tecnológicas têm modificado a maneira como a indústria do turismo se conecta e interage com seu público, pois as novas tecnologias permitem a criação de experiências mais personalizadas e acessíveis aos viajantes.

Com o rápido avanço que se observa na transformação digital, conclui-se que é cada vez mais importante adaptar os negócios a este ecossistema, com estratégias e plano de ações segmentados para cada tipo, essencialmente, para os que estão ligados ao setor do turismo. (IPDT, 2022).

Além disso, as plataformas digitais passaram a ser ferramentas essenciais para a promoção de destinos, serviços e produtos turísticos, ampliando o alcance das campanhas de marketing e facilitando o engajamento entre profissionais e consumidores. Medeiros *et al.* (2021, p. 1) afirmam que:

No turismo, a transformação digital assume um papel central, contribuindo para a divulgação dos produtos e serviços turísticos, permitindo que os stakeholders e turistas usufruam dos benefícios da globalização e das mudanças sociais.

Nesse contexto, entendemos que a transformação digital tem se consolidado como um fator indispensável para o desenvolvimento do turismo contemporâneo. Ao integrar tecnologia, conectividade e inovação, o setor potencializa a divulgação de produtos e serviços turísticos, ampliando o alcance e a visibilidade de destinos em uma escala global, estabelecendo um ambiente dinâmico e conectado.

4.4 Podcast

O rádio foi pioneiro durante o surgimento deste meio de comunicação, proporcionando informação e interação, demandando do locutor criatividade e desenvoltura em determinado espaço de tempo. No Brasil, o primeiro contato da população com este veículo de informação foi no início do século XX.

No dia 7 de setembro de 1922, durante a comemoração do centenário da Independência, brasileiros ouviram pela primeira vez uma transmissão de rádio. [...] Por meio das ondas de radiofrequência se tornou possível romper barreiras geográficas e sociais, promovendo acesso a conteúdos informativos e educativos em todo país. (Ministério das Comunicações, 2022).

Na contemporaneidade, com a evolução da tecnologia, surgiu o Podcast, que mesmo tendo evoluído para um meio próprio, com suas particularidades e vantagens,

a herança do rádio é inegável, tanto no formato quanto na função que ambos desempenham como meios de comunicação.

Ao longo das décadas, as ondas sonoras levaram a casa dos brasileiros conhecimentos sobre os novos avanços na área da ciência e da literatura. [...] além disso a linguagem do radiojornalismo influencia ainda no século XXI a maneira de apresentar notícias. Assim, os conteúdos produzidos no formato podcast trazem consigo marcas do gênero radiofônico junto com as adaptações proporcionadas pelos novos aportes tecnológicos. (Revista Arco, 2021).

Com isso, podemos perceber a influência do rádio no podcast, tanto no formato quanto no conteúdo, trazendo elementos como entrevistas, programas de debate e até jornalismo. Para um melhor entendimento sobre o assunto, trazemos o seguinte conceito:

Podcast é um recurso digital que permite a circulação de um conteúdo construído, principalmente, por meio da oralidade – ou seja, da fala. O objetivo de um podcast, pode variar, mas, em geral, visa oferecer aos ouvintes entretenimento, informação, curiosidades ou entrevistas. Os assuntos que servem como pano de fundo para os episódios são ilimitados: com uma enorme gama de podcasters, é possível encontrar programas que falam sobre todo tipo de coisa. (Araújo, 2022, p. 24).

O autor ressalta algumas das inúmeras possibilidades de atuação com diversas finalidades, dando espaço para o desenvolvimento de variados tipos de conteúdos e públicos a serem atingidos. Também podemos complementar que o podcast é um registro comunicativo, podendo ter uma série de episódios de áudio disponibilizados em *streaming* ou *download*, geralmente abordando algum tema específico, como notícias, entretenimento, educação e até viagens. Uma publicação da UFSM aborda o conceito:

O podcast é um arquivo digital de áudio que pode ser inserido em várias plataformas online, como Spotify, Soundcloud, Mixcloud e entre outras. Os conteúdos desse formato são diversos, existem tanto programas que abordam questões políticas nacionais, quanto os que

desenvolvem temas voltados para a ciência, como, os processos de produção de uma vacina. (Revista Arco, 2021).

Com versatilidade e amplitude dentro dos meios de comunicações digitais, os podcasts oferecem uma diversidade de conteúdos, desde discussões sobre questões políticas até explorações detalhadas sobre temas científicos.

Os episódios não são como as entrevistas convencionais em que os apresentadores possuem perguntas já formuladas para seus convidados, mas sim procuram proporcionar aos seus ouvintes um bate papo mais próximo do natural, uma conversa, de forma que o espectador se sinta como parte do que está acontecendo. (Araújo, 2022, p. 14).

Isto reflete a capacidade dos podcasts de atender a interesses variados e de proporcionar uma experiência auditiva educativa e informativa, adaptando-se às preferências e ao ritmo de vida dos ouvintes contemporâneos. Conforme a Agência Sebrae de Notícias (2023):

O mercado de Podcasts no Brasil está em plena expansão e já ocupa a 5ª colocação no ranking mundial. De acordo com estimativa do Ibope, mais de 34 milhões de pessoas são ouvintes de podcasts, o que representa cerca de 8% da população do país”.

Este dado evidencia uma mudança no comportamento digital dos brasileiros, que têm incorporado os podcasts em sua rotina como uma forma acessível e versátil de consumir informação e entretenimento, e, com o passar do tempo, vem tendo o seu consumo aumentado cada vez mais.

O Brasil é hoje o segundo país em consumo e criação de podcasts do mundo no Spotify. Somente de janeiro a setembro de 2023, o país registrou um aumento de 36% na produção de podcasts. O consumo dos conteúdos de podcasts também continua em crescimento, com um aumento de 28% registrado no mesmo período. (Forlani, 2024).

Além disso, essa abordagem pode ser particularmente benéfica para o aprofundamento de temas complexos, pois permite que a conversa se desenvolva de

maneira natural, possibilitando uma exploração mais detalhada sobre assunto abordado.

O ouvinte encontra no podcast uma maneira prática e flexível de acessar informações, entretenimento e conhecimento. Essa mídia tem a capacidade de se adaptar às necessidades do público, seja no trânsito, no trabalho, ou em momentos de lazer. (Globo, 2024).

A versatilidade do podcast quanto à mobilidade dos ouvintes é semelhante à do rádio, pois este veículo foi fabricado em grandes “caixas” até chegar a sua versão de pilha, cujo tamanho permitia levá-lo a vários lugares: trabalho, estádio de futebol, entre outros. De acordo com Marques (2010), os tamanhos dos primeiros rádios variavam em função das marcas. Vejamos os exemplos dados pelo comunicador:

Rádio Philco (década de 1930): media aproximadamente de 1 metro de altura, 60 cm de largura e 30 cm de profundidade.

Rádio RCA (década de 1940): com 90 cm de altura, 50 cm de largura e 25 cm de profundidade.

Rádio Sonora (década de 1950): cerca de 80 cm de altura, 40 cm de largura e 20 cm de profundidade.

O “radinho de pilha” era um modelo de rádio portátil, o qual foi popular nas décadas de 1960 e 1970. Tais rádios eram pequenos podiam ser carregados em uma bolsa ou no bolso, cujo tamanho permitia: 15 cm de comprimento, 8 cm de largura e 3 cm de espessura. Esses rádios eram alimentados por pilhas, daí o “batismo”. tornava portáteis e fáceis de usar. Naquelas décadas foram muito populares entre os jovens, pois ouviam música e notícias em qualquer lugar. (Marques, 2010).

Comparando aos anos 2025, através dos dispositivos móveis como os smartphones, com alguns simples toques podemos acessar, além do rádio tradicional, diversos conteúdos de formas assíncronas, como os podcasts, de maneira acessível, prática e imediata.

5 METODOLOGIA NA ERA DIGITAL

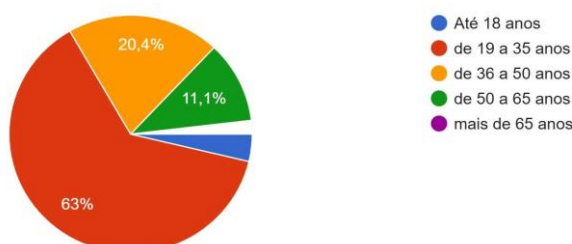
Para a consecução deste estudo, utilizou-se os seguintes instrumentos metodológicos: pesquisa bibliográfica, na qual se buscou ancoragem em autores, como Castro *et al.* (2025), Forlani (2024), Martins *et al.* (2024), Araújo (2022), Cardoso e Villaça (2022), Medeiros *et al.* (2021), entre outros. Vale ressaltar que a maioria das referências bibliográficas vieram de trabalhos acadêmicos e revistas especializadas, uma vez que ainda são poucos os livros abordando a temática do podcast, especificamente na área do Turismo.

Na realização das etapas, foi aplicado um questionário, através do Google Forms, durante o período de 23/09/24 a 02/10/24, com um total de 12 perguntas. As indagações visaram identificar se a proposta em se criar um podcast direcionado a debater o Turismo em Pernambuco teria audiência. Durante os 10 dias em que ficou no ar, houve um total de 54 respostas, e, deste universo, analisa-se as mais importantes. A pesquisa completa está disponível no Apêndice A.

O questionário iniciou fazendo um levantamento do perfil sociodemográfico: faixa etária do público-alvo, dentre eles servidores públicos, professores, estudantes, integrantes do *trade* turístico, viajantes entre outros. Todos ligados de alguma forma à atividade turística. O maior número dos pesquisados, atingindo um percentual de 63%, foi de pessoas com idade entre 19 e 35 anos, seguidas por respondentes na faixa etária de 36 a 50 anos.

Gráfico 1 – Faixa Etária

1. Qual a sua faixa etária?
54 respostas



O autor (2024)

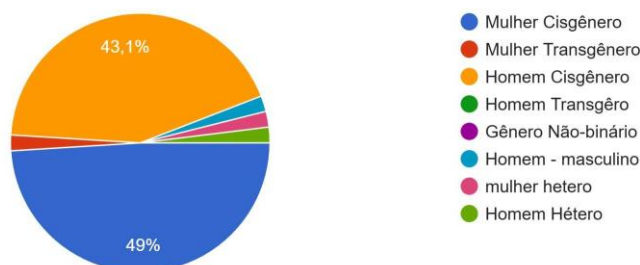
A importância de identificar a faixa etária se efetiva em direcionar com maior precisão a produção e a divulgação dos conteúdos, dando destaque a abordagens que sejam atrativas principalmente ao público identificado. Considere-se, no entanto, outros fatores citados nos dados a seguir.

O segundo questionamento abordou a identidade de gênero dos pesquisados, disponibilizadas as seguintes opções de resposta: Mulher Cisgênero; Mulher Transgênero; Homem Cisgênero; Homem Transgênero; Gênero Não-binário. Além de deixar aberta a opção para outras identificações. No geral, as mulheres somaram um total de 53%, isso faz refletir sobre o quão pode ser relevante trazer um episódio direcionado à prática do turismo, no Estado, por pessoas do sexo feminino, relacionado a temas como segurança, empoderamento, programas de incentivo profissional às mulheres, preconceito, machismo, entre outros.

Gráfico 2 – Identidade de gênero

2. Qual a sua identidade de gênero?

51 respostas



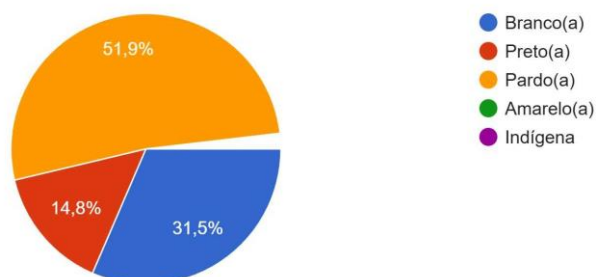
O autor (2024)

Seguindo com a pesquisa, um total de 51,9% se autodeclararam pardos, e sobre os dados de escolaridade, o destaque foi para pessoas com nível superior incompleto, totalizando 48,1%. Assim, entende-se que a população acadêmica deve ser representada não apenas com temáticas com informações relevantes à formação, mas com debates e abrindo espaço para que os estudantes possam agregar valor ao conteúdo produzido pelo podcast, com reflexões inovadoras ao Turismo. A formação educacional poderá facilitar a disseminação de pautas articuladas aos ODS.

Gráfico 3 - Raça

3. Como você se autodeclara?

54 respostas

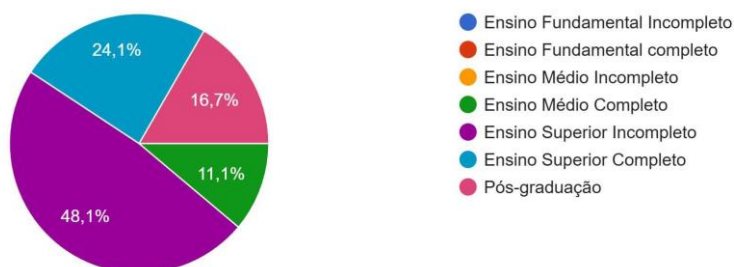


O autor (2024)

Gráfico 4 - Escolaridade

4. Qual o seu nível de escolaridade

54 respostas



O autor (2024)

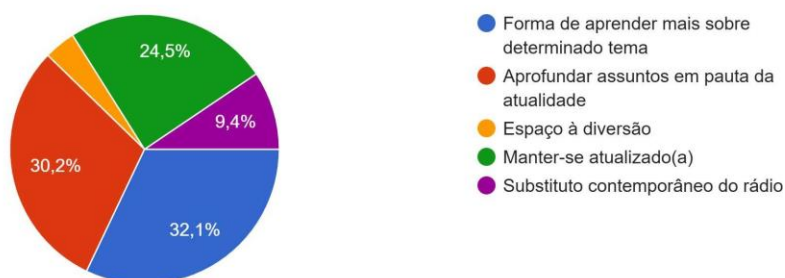
Na sequência, a indagação versou a respeito do que consideram ser um podcast e a frequência de consumo desta mídia. Em relação ao que entendem por podcast, as duas respostas mais selecionadas foram bastante próximas: “Forma de aprender mais sobre determinado tema”, com 32,1%, e “Aprofundar assuntos em pauta na atualidade”, com 30,2%. Ambas as opções destacam o foco no aprendizado e, ao considerarmos que grande parte público é formado por estudantes, evidencia-se a importância de utilizar esse meio de comunicação para levar informação e conhecimento a estas pessoas.

Quanto à frequência de consumo de podcasts, a maioria alegou consumir “raramente”, apesar de um número expressivo relatar ouvir podcast “semanalmente”, seguidos das opções “diariamente” e “mensalmente”, como demonstram os gráficos abaixo:

Gráfico 5 – Entendimento sobre podcast

5. Você considera o podcast:

53 respostas

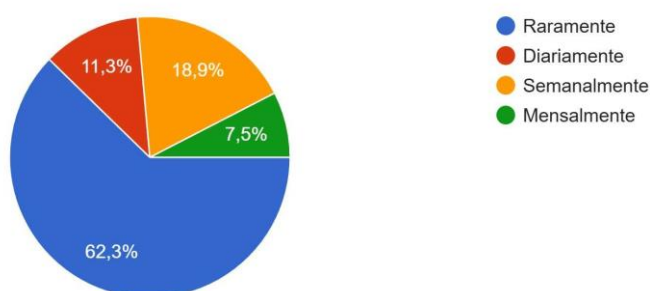


O autor (2024)

Gráfico 6 – Frequência de consumo

6. Qual a sua frequência de consumo de podcasts?

53 respostas



O autor (2024)

Ao indagar sobre a principal relação com o Turismo, como demonstrado em uma questão anterior, a resposta da maioria dos entrevistados foi “Estudante de cursos de Turismo”, com 38,9%. Contudo, com uma pequena diferença, a opção “Turista (viajante)” foi a segunda mais escolhida, perfazendo 37%. Compreende-se,

assim, a oportunidade de trazer ao podcast episódios que explorem os destinos turísticos de Pernambuco, abrangendo do litoral ao sertão do Estado, com abordagens sobre os produtos e atrativos que cada local oferece.

Gráfico 7 – Relação com o Turismo

7. Qual a sua principal relação com o Turismo?

54 respostas



O autor (2024)

A pergunta sobre os aspectos do Turismo em Pernambuco, que consideram mais atrativos a serem colocados em pauta, visando destinar o maior número de episódios mais interessante ao *target* (público-alvo). Evidenciou-se o interesse em conhecer mais os atrativos de cada destino. Assim, as respostas mais selecionadas: “Cultura, história e religiosidade”, com 50%, e “Belezas naturais, ecoturismo e turismo rural”, com 31,5%. Em seguida: “Políticas Públicas”, com 14,8%, e “Eventos e Festividades”, com 3,7%.

Gráfico 8 – Temáticas

8. Qual aspecto do Turismo em Pernambuco você considera mais atrativo em ser debatido?

54 respostas



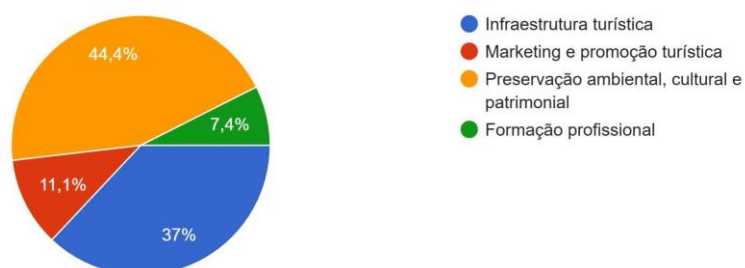
O autor (2024)

Chegando próximo à finalização da pesquisa, o questionamento abordou sobre a necessidade de mais investimento e desenvolvimento na atividade turística de Pernambuco, e a resposta mais frequente: a “Preservação ambiental, cultural e patrimonial”, assuntos os quais serão abordados no debate a respeito das Políticas Públicas. Além disso, buscou-se conhecer qual o maior desafio enfrentado pelos profissionais de Turismo do Estado, a maioria concordou ser a competitividade com outros destinos. Desta maneira, o podcast também será um espaço de divulgação, contribuindo para a reparação do problema identificado.

Gráfico 9 – Investimentos

9. Qual área do Turismo em Pernambuco você acredita que mais necessita de investimento e desenvolvimento?

54 respostas

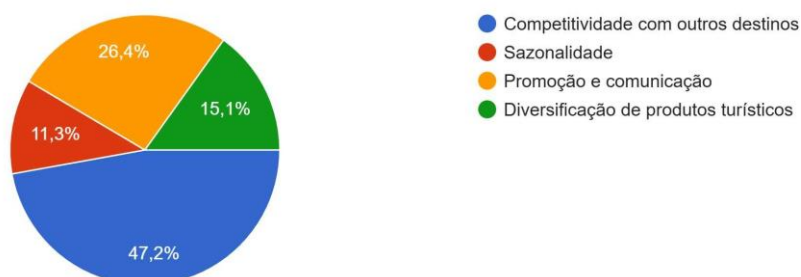


O autor (2024)

Gráfico 10 – Desafios

10. Qual o maior desafio que você acredita enfrentado pelos profissionais do Turismo em Pernambuco na atualidade?

53 respostas



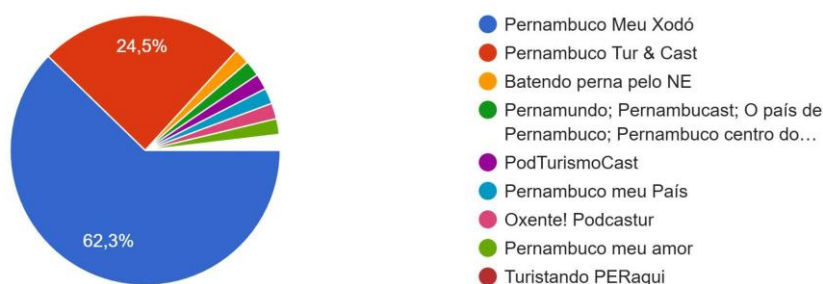
O autor (2024)

A penúltima questão referente ao nome do podcast, mesmo já tendo alguns como sugestões, considerou-se a ideia da orientadora deste Projeto de levar ao público as opções, abrindo espaço para novas possibilidades. “Pernambuco Meu Xodó” foi o nome mais votado entre os respondentes, com 62,3%, comparado à segunda opção, “Pernambuco Tur & Cast”, que obteve 24,5% das respostas. Além desses nomes, houve algumas sugestões como “Oxente, Podcastur”, “O país de Pernambuco”, “Penambucast” entre outros, pois esta pergunta foi semiestruturada.

Gráfico 11 – Nome do Poscast

11. Qual nome você escolheria para um Podcast sobre assuntos relacionados ao Turismo em Pernambuco?

53 respostas



O autor (2024)

Finalizou-se esta pesquisa de campo (virtual) com a seguinte pergunta: “Como um podcast sobre Turismo, em Pernambuco, pode contribuir à promoção e à conscientização dos ouvintes de sua importância ao desenvolvimento local?”. De acordo com as respostas, promoveu-se a análise a seguir.

Com frequência, os participantes mencionaram a importância do podcast como um meio de divulgação dos atrativos culturais, históricos e naturais de Pernambuco, destacando a valorização de destinos fora do convencional, como o Interior do Estado, segundo os respondentes, necessitam de mais visibilidade. Também mencionaram a importância em se “educar” os ouvintes sobre práticas de turismo sustentável e responsável, apontando ser um dos papéis de um podcast o de promover o respeito pela cultura local, meio ambiente, além da conscientização sobre a necessidade de preservar patrimônios culturais e naturais. Percebe-se a sintonia com os pressupostos da Agenda 2030.

Referente ao impacto econômico, alguns compreendem o podcast como um canal para a valorização de pequenos empreendedores, como guias de turismo e artesãos, os quais contribuem com resultado positivo na economia local. Na pesquisa, percebeu-se a possibilidade de atrair a população do território a conhecer e ocupar os espaços, participar ativamente na promoção do Turismo, e ter um sentimento de pertencimento e orgulho de onde vivem. Alguns reconheceram o podcast como uma ferramenta possível para tornar o conhecimento sobre o Turismo aos pernambucanos mais amplo, por ser dinâmico e acessível, podendo atingir diversos públicos, promovendo a compreensão da atividade turística como um fator de desenvolvimento econômico e social.

Chega-se, com este questionário, à conclusão sobre o potencial de um podcast a respeito da indústria do Turismo em Pernambuco na perspectiva de atrair novos turistas, promover conhecimento e estimular a economia local, conectando pessoas com a oportunidade de discutir a respeito das histórias do Estado, e trazer debates que contribuam ao crescimento sustentável do turismo pernambucano.

6 PODCAST SOBRE ASSUNTOS RELACIONADOS AO TURISMO EM PERNAMBUCO: “PERNAMBUCO MEU XODÓ”

Neste espaço apresentam-se informações mais detalhadas sobre os objetivos de criação do podcast, público-alvo e a concepção e o seu desenvolvimento para atender as expectativas dos ouvintes, além das estratégias de divulgação buscando alcançá-los.

6.1 O podcast

Para Taylor e Francis (2018, p.54), o podcast constitui-se em uma mídia “a qual combina elementos da rádio, do áudio e da internet, permitindo que os ouvintes acessem conteúdo sonoro em qualquer lugar e a qualquer hora.” Nesse sentido, compreendemos ser potente na divulgação e no alcance do público-alvo. Esses autores elencaram algumas características do podcast enquanto mídia:

- Personalização: Os podcasts podem ser personalizados para atender a interesses e necessidades específicas dos ouvintes.
- On-demand: Os podcasts podem ser ouvidos em qualquer momento, permitindo que os ouvintes controlem quando e como acessam o conteúdo.
- Portabilidade: Os podcasts podem ser ouvidos em qualquer lugar, graças à portabilidade dos dispositivos de áudio.
- Interação: Os podcasts podem incluir elementos interativos, como comentários, perguntas e respostas, e até mesmo a capacidade de os ouvintes enviarem mensagens de áudio. (Taylor e Francis, 2018, p.60).

Daí, o podcast também pode ser considerado uma mídia híbrida, pois combina elementos de diferentes meios de comunicação, como a rádio, o áudio e a internet.

6.2 Público-alvo

- Profissionais do ramo turístico de empresas privadas como: meios de hospedagem, agências de viagens, companhias aéreas etc;
- Profissionais de turismo em políticas públicas como: secretarias ou Ministério do

- Turismo, lazer e afins, e empresas públicas de turismo;
- Professores de turismo ou cursos relacionados como eventos, hotelaria, transportes, produção cultural, entre outros;
- Estudantes dos cursos de turismo ou relacionados;
- Criadores de conteúdo de turismo;
- Viajantes.

6.3 Desenvolvimento

Para desenvolver o podcast “Pernambuco Meu Xodó”, é importante considerar uma estrutura que melhor se conecte ao público-alvo, oferecendo conteúdo atraente e relevante para que possa atender a diversos interesses dos ouvintes. Cada episódio, que terá formato de bate-papo com dois ou mais participantes e será lançado quinzenalmente, contará com um tema central, explorando assuntos turísticos por meio de entrevistas com especialistas da área, debates com profissionais do setor, pesquisadores, entre outros.

A linguagem adotada será simples e acessível, sem abrir mão da profundidade e da seriedade que determinados temas exigem, comunicando tanto ao turista quanto ao profissional que busca ideias para agregar à sua carreira. Também haverá espaço destinado a dicas e curiosidades sobre destinos turísticos do Estado, sempre mantendo um equilíbrio entre informação e entretenimento.

Serão abordados variados temas no podcast, mas sempre com conexão ao universo do Turismo em Pernambuco. Exploraremos as tendências do Setor na atualidade, como o crescimento do enoturismo, a influência das redes sociais e criadores de conteúdo e a prática do ecoturismo e turismo sustentável. Além disso, daremos atenção às políticas públicas que influenciam o turismo local, discutindo projetos em andamento e seus efeitos no desenvolvimento da região. E as questões relacionadas à nossa profissão.

Grandes eventos terão destaque na programação: o Carnaval das cidades de Recife e de Olinda, o tradicional São João de Caruaru e o Festival de Inverno de Garanhuns, porque são atrativos importantes para o fluxo turístico no Estado. Em cada período festivo, teremos uma oportunidade de explorar não apenas o evento em si, como as histórias, tradições e a economia gerada por essas festividades.

Os destinos turísticos de Pernambuco serão uma parte importante do conteúdo, com episódios dedicados a explorar as belezas do litoral, como São José da Coroa Grande e Itamaracá, até as paisagens do Interior, em cidades como Buíque e Triunfo. Cada destino será apresentado com roteiros detalhados, dicas de atividades recomendadas e curiosidades locais, sempre com o objetivo de inspirar e informar o ouvinte, seja um turista em busca de sua próxima aventura ou um profissional querendo conhecer mais sobre os atrativos do Estado, conforme detalhei, a seguir, no roteiro de seis episódios iniciais do podcast.

6.4 Valores necessários à criação do podcast

Tabela 1 – Orçamento

MATERIAL	VALOR
Aluguel de estúdio (2 horas)	R\$ 1.400,00
Turismólogo	R\$ 3.379,05
Plataforma de hospedagem	Gratuito
Profissional de Marketing	R\$ 3.479,00
TOTAL	R\$ 8.258,05

Fonte: O Autor (2025)

Os valores acima são de referência, pois a depender dos patrocinadores e dos apoiadores, poderemos diminuir os custos.

6.5 Fontes de apoio e parcerias

Como possíveis fontes de apoio e parcerias para viabilizar o podcast, pensamos na Empresa de Turismo de Pernambuco (Empetur), na Secretaria de Turismo de Pernambuco (Setur-PE) e na Secretaria de Turismo e Lazer do Recife (Setur-L), que são organizações públicas que fomentam o Turismo no Estado, e a empresa Luck Receptivo Recife, uma empresa privada.

As escolhas justificam-se pelo fato destas organizações terem como objetivo promover e fomentar o turismo no Estado de Pernambuco e na Capital Recife, demonstrando serem parcerias ideais para a divulgação e a formatação do podcast.

6.6 Divulgação

- Redes Sociais: plataformas como *Instagram*, *Threads*, *Facebook* e *TikTok* serão utilizadas buscando compartilhar *teasers* dos episódios, bastidores da produção, enquetes da interação direta com os ouvintes e chamadas para participação em discussões. A interação será contínua, ampliando o alcance e a relevância do podcast.
- Influenciadores Digitais: utilizarei de parcerias com influenciadores digitais, que atuam no Setor de Turismo, para expandir o alcance e atrair novos ouvintes. Com essas colaborações, além de contribuir na divulgação, poderemos obter novas perspectivas e conteúdos exclusivos destinado ao podcast.
- Eventos: participarei de eventos, feiras e congressos de Turismo no intuito de ter o podcast divulgado, diretamente, visando um público segmentado e interessado no tema. Episódios especiais debatendo sobre esses acontecimentos, com entrevistas e informações, também farão parte da estratégia de conteúdo, enriquecendo a experiência dos ouvintes e qualificando o podcast no Setor.

6.7 Roteiro dos seis primeiros episódios do Podcast Pernambuco Meu Xodó e articulação com os ODS da ONU

Episódio 1: A profissão de Turismólogo e espaços de atuação

Duração: 40 min. aproximadamente.

Iniciamos o Podcast “Pernambuco meu Xodó” abordando a regulamentação da profissão de turismólogo e os impactos em nossa formação e no mercado. O que mudou nos currículos do Curso? Locais de atuação, valores pagos no mundo produtivo, desvio de função, como nos posicionar e a quem recorrer quando isso acontece?

Episódio 2: Pernambuco em várias dimensões.

Duração: 40 min. aproximadamente.

Vamos debater quais políticas públicas são atualmente adotadas no Estado para consolidar regiões turísticas que vão além do sol e da praia, com o intuito de impulsionar as pessoas a conhecerem atrativos presentes na Zona da Mata, no Agreste e no Sertão de Pernambuco.

Episódio 3: “Recife Sagrado” – A importância do investimento no Turismo Religioso para a capital de Pernambuco.

Duração: 40 min. aproximadamente.

Neste episódio, vamos falar sobre o Projeto Recife Sagrado, desenvolvido pela Secretaria de Turismo e Lazer da Prefeitura da Cidade do Recife. Abordaremos temas relacionados à religiosidade e sua importância como atrativo na cidade.

Episódio 4: “Águas e Vinhos do Vale do São Francisco” – o que esta Região turística tem a oferecer.

Duração: 40 min. aproximadamente.

Localizada no Sertão de Pernambuco, essa região oferece diversos atrativos, desde praias fluviais até vinícolas voltadas para a prática do enoturismo. Neste episódio, falaremos sobre o potencial e os desafios para o desenvolvimento do turismo em cidades como Petrolina e Lagoa Grande, além dos resultados obtidos nos últimos anos.

Episódio 5: Parque Nacional do Catimbau - Ecoturismo, Arqueologia e Astronomia.

Duração: 40 min. aproximadamente.

Segundo maior parque arqueológico do Brasil, o Vale do Catimbau oferece diversas possibilidades para o turismo, como a observação astronômica, a visualização de pinturas rupestres e a prática do ecoturismo. Neste episódio, vamos dialogar sobre a história, as curiosidades e a importância desse parque nacional.

Episódio 6: Carnaval da Cidade Patrimônio da Humanidade “Olinda – As cores do mundo.”

Duração: 40 min. aproximadamente.

Como o poder público e a iniciativa privada têm se movimentado para a realização de uma das maiores festas do país, assim como o trabalho dos meios de comunicação e

divulgação para atrair milhares de pessoas do Brasil e do mundo a essa festividade, são temas que serão abordados neste episódio.

Quadro 2 - Articulação dos Episódios do Podcast com os ODS

Episódio	Tema	ODS Relacionados
1	A Profissão de Turismólogo e seus Espaços de Atuação	ODS 4 – Educação de Qualidade ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico.
2	Pernambuco em Várias Dimensões	ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis; ODS 8 – Trabalho Decente ; ODS 9 – Indústria, Inovação e Infraestrutura.
3	Recife Sagrado – Turismo Religioso	ODS 11 – Cidades Sustentáveis .
4	Águas e Vinhos do Vale do São Francisco – Enoturismo e Ecoturismo no Sertão	ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico; ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis.
5	Parque Nacional do Catimbau – Ecoturismo, Arqueologia e Astronomia	ODS 12 – Consumo e Produção Responsáveis; ODS 11 – Cidades e Comunidades Sustentáveis; ODS 4 – Educação de Qualidade.
6	Carnaval em Olinda – As Cores do Mundo na Cidade Patrimônio da Humanidade	ODS 11 – Cidades Sustentáveis; ODS 8 – Trabalho Decente e Crescimento Econômico; ODS 10 – Redução das Desigualdades; ODS 17 – Parcerias e Meios de Implementação.

Fonte: Adpatado Albuquerque, 2025

6.8 Concepção de Vinheta para o Podcast

Modelo de Vinheta de Abertura:

Música regional, como frevo ou maracatu, em tom alegre e animado

LOC: Seja bem-vindo, seja bem-vinda ao podcast Pernambuco, Meu Xodó! Um espaço de conversa, informação e descoberta sobre as riquezas, os encantos e as possibilidades do turismo no nosso Estado. Aqui, você viaja sem sair do lugar, conectando cultura, história, sustentabilidade e desenvolvimento! Aperte o play e venha conosco nesta jornada!

Modelo de Vinheta de Encerramento:

Música regional, tom de despedida, mas alegre

LOC: O episódio de hoje fica por aqui, mas a nossa viagem continua! Este foi o Pernambuco, Meu Xodó!, um podcast feito para valorizar nosso turismo, nossa cultura e nossa gente. Siga a gente no seu tocador favorito e nas redes sociais. Até o próximo episódio! E lembre-se: viajar é conhecer, é preservar, é se apaixonar por Pernambuco.”

6.9 Roteiro Básico para cada episódio (Sujeito a mudanças de acordo com a participação dos ouvintes)

1. Abertura (Vinheta + Apresentação do Episódio)

- Saudação breve;
- Apresentação do tema;
- Introdução dos convidados (se houver).

2. Introdução ao Tema

- Breve contextualização histórica, geográfica, social ou econômica;
- Dados relevantes ou curiosidades.

3. Desenvolvimento da Conversa

- Debate sobre o tema;
- Perguntas norteadoras;
- Relatos, entrevistas, exemplos e cases;
- Desafios, avanços e perspectivas.

4. Conexão com os ODS

- Inserção de uma fala como:

LOC: Vale lembrar que este tema dialoga diretamente com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU, especialmente o ODS 11, que trata de Cidades e Comunidades Sustentáveis...”

5. Encerramento

- Recapitulação dos pontos principais;
- Agradecimentos aos ouvintes e convidados;
- Vinheta de encerramento.

7 CONCLUSÃO

Com este estudo, percebe-se que uma lacuna existe acerca de um podcast local destinado, exclusivamente, a abordar temas relacionados ao Turismo em Pernambuco. Com o questionário aplicado, concluiu-se que o podcast pode ser um importante meio de divulgação de atrativos turísticos do Estado, destacando-se com uma ferramenta diferenciada frente aos instrumentos já utilizados para divulgação do Turismo.

Foi possível inferir, a partir da pesquisa aplicada, que o podcast pode chegar a educar os ouvintes sobre boas práticas de turismo, promovendo o respeito pela cultura local, pelo meio ambiente, além da conscientização sobre a necessidade de se preservar patrimônios culturais e naturais. A população local também pode ser impactada pelo programa, vindo a conhecer melhor e ocupar os espaços, valorizar o território, participando ativamente na promoção do Turismo, deixando florescer um sentimento de pertencimento e orgulho do local onde vive.

Enfim, conclui-se que um podcast sobre o turismo em Pernambuco tem seu potencial para atrair novos turistas, informar a população local, promover conhecimento, estimular a economia do Estado, esclarecer sobre a profissão de turismólogo, conectar pessoas com a oportunidade de falar sobre as histórias do lugar e trazer debates que contribuam para o crescimento sustentável do turismo pernambucano, em consonância com os ODS da ONU. Espera-se que este Trabalho seja apenas o “pontapé inicial” para que outras pesquisas acerca do assunto sejam desenvolvidas e o Turismo em Pernambuco ganhe ainda mais força e visibilidade.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA GOV. **No primeiro trimestre, Brasil recebe 3,7 milhões de turistas internacionais e acumula recordes em 2025.** Brasília, 5 abr. 2025. Disponível em: <https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202504/no-primeiro-trimestre-brasil-recebe-3-7-milhoes-de-turistas-internacionais-e-acumula-recordes-em-2025>. Acesso em: 6 maio 2025.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Setor de produção de podcast está em expansão no Brasil.** 2023. Disponível em: <https://agenciasebrae.com.br/cultura-empreendedora/setor-de-producao-de-podcast-esta-em-expansao-no-brasil-confira-dicas-do-sebrae/>. Acesso em: 14 jan. 2025.

ARAÚJO, Isadora Garcia Outeiro. **A produção de podcasts como ferramenta de reconhecimento e divulgação de artistas locais.** 2022. Monografia (Especialização em Teorias e Práticas de Ensino de Leitura e Produção de Textos) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2022.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS (ABPod). **PodPesquisa 2024/2025: Panorama do Podcast no Brasil: Desafios e Oportunidades.** 2024. Disponível em: https://abpod.org/wp-content/uploads/2024/10/PodPesquisa_2024_2025FINAL-1.pdf. Acesso em: 23 nov. 2024.

BRASIL. **Lei nº 14.978, de 18 de setembro de 2024.** Altera a Lei nº 11.771, de 17 de setembro de 2008 (Lei Geral do Turismo), e dá outras providências. Diário Oficial da União: seção 1, Brasília, DF, 19 set. 2024. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2024/lei/L14978.htm. Acesso em: 6 maio 2025.

BRASIL. Ministério das Comunicações. **Primeira transmissão oficial, em 1922, marcou o início do rádio no Brasil.** Disponível em: <https://www.gov.br/mcom/pt-br/noticias/2022/setembro/primeira-transmissao-oficial-em-1922-marcou-o-inicio-do-radio-no-brasil>. Acesso em: 14 jan. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Brasil encerra 2024 com mais de 6,7 milhões de turistas estrangeiros, alta de 14,6%.** Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasil-encerra-2024-com-mais-de-6-65-milhoes-de-turistas-estrangeiros-alta-de-12-6>. Acesso em: 02 mai. 2025.

CARDOSO, Marcelo; VILLAÇA, Lenize. Podcast no Brasil: Disrupção de modelos de comunicação ou submissão à lógica de grupos hegemônicos de poder? **Revista Alterjor**, São Paulo, V. 25, n. 1, p. 111-126, jan./jun. 2022.

CICARELLI, Sthefanie; SHEPPARD, Erik Sheppard. **Podcasting: A Guide to Creating and Producing Podcasts**, New York: Focal Press, 2018.

CONSELHO REGIONAL DE ENGENHARIA E AGRONOMIA DO RIO DE JANEIRO (CREA-RJ). **Agenda 2030 da ONU e os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.** 28 ago. 2024. Disponível em: <https://www.crea-rj.org.br/agenda-2030->

da-onu-e-os-17-objetivos-de-desenvolvimento-sustentavel/. Acesso em: 6 maio 2025.

EMPETUR. **Observatório de Turismo de Pernambuco: boletim trimestral - abril, maio, junho de 2024**. Recife: EMPETUR, 2024.

FORLANI, Marcelo. **Para Spotify, Brasil é o país do Podcast**. Omelete, 24 maio 2024. Disponível em: <https://www.omelete.com.br/musica/spotify-brasil-podcast>. Acesso em: 14 jan. 2025.

GLOBO. **A prosperidade dos podcasts no Brasil**. 2024. Disponível em: <https://gente.globo.com/a-prosperidade-dos-podcasts-no-brasil/>. Acesso em: 14 jan. 2025.

IPDT. Turismo e Consultoria. **O impacto da transformação digital no setor do turismo**. 2022. Disponível em: <https://www.ipdt.pt/impacto-transformacao-digital-setor-turismo/>. Acesso em: 23 nov. 2024.

LIMA, Gustavo. Podcast: conceitos, evolução e desafios no cenário brasileiro. **Revista Comunicação & Informação**, v. 24, n. 1, 2021.

MARQUES, José de Melo. O Rádio Portátil no Brasil: Uma Análise Histórica. **Revista de História da Ciência**, 2010, pp.17-29.

MARTINS, L. M.; FRANÇA, K. D. L.; FILHO, L. M.; JÚNIOR, S. M. **Influência da Rede Social TikTok na Intenção de Viagem: uma abordagem com a Teoria do Comportamento Planejado**. Revista Turismo em Análise, São Paulo, v. 35, p. 120-142, 2024. DOI: [10.11606/1984-4867.v35p120-142](https://doi.org/10.11606/1984-4867.v35p120-142).

MEDEIROS, Teresa; SOUSA, Mariana; MENDES, José. **A importância das tecnologias de informação e comunicação no turismo sênior: uma revisão sistemática**. Tur., Visão e Ação, v. 23, n. 3, p. 579-594, 2021.

MÜLLER, Renato Lisboa; SILVA, Rodrigo Borsatto Sommer da. **Planejamento e organização do turismo**. Indaial: UNIASSELVI, 2011.

PAZ, Eduarda. A importância do podcast para produzir e divulgar conteúdos. **Revista Arco**, UFSM, fevereiro, 2021. Disponível em: <https://www.ufsm.br/midias/arco/podcast>. Acesso em: 11 mai. 2024.

PINHEIRO, Daise Cristina de Sá. **O papel do plano de comunicação preventivo em momento de crise na organização**. 2005. Monografia (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) – Faculdade de Comunicação e Biblioteconomia, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2005.

ROSA, Anderson David. Podcast no Brasil: panorama, características e perspectivas. **Revista Líbero**, São Paulo, v. 21, n. 41, p. 104-117, 2018.

VIEIRA, Laíze Leite. **Turismo e exclusão social: análise do discurso institucional do Programa de Regionalização do Turismo e do Prodetur**

Nacional Pernambuco. 2013. 179 f.Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Urbano) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de Informação: como transformar informação em compreensão.** 1ª ed. Cultura Editores Associados: São Paulo, 1991.

APÊNDICE A - PESQUISA APLICADA NA ÍNTEGRA (GOOGLE FORMS)

Pesquisa para TCC

Sou Caio Albuquerque, concluinte do Curso de Turismo do *Campus Recife/IFPE*. Solicito a sua colaboração para responder ao questionário que compõe o Trabalho de Conclusão de Curso, cujo objeto de pesquisa é o Podcast voltado à área do Turismo. São apenas 3 minutos do seu tempo! Agradecemos antecipadamente!

1. Qual a sua faixa etária?

- ☐ Até 18 anos
- ☐ 19 a 35 anos
- ☐ 36 a 50 anos
- ☐ 50 a 65 anos
- ☐ mais de 65 anos

2. Qual a sua identidade de gênero?

- ☐ Mulher Cisgênero
- ☐ Mulher Transgênero
- ☐ Homem Cisgênero
- ☐ Homem Transgênero
- ☐ Gênero Não-binário
- ☐ Outros: _____

3. Como você se autodeclara?

- ☐ Branco(a)
- ☐ Preto(a)
- ☐ Pardo(a)
- ☐ Amarelo(a)
- ☐ Indígena

4. Qual o seu nível de escolaridade?

- ☐ Ensino Fundamental Incompleto
- ☐ Ensino Fundamental Completo
- ☐ Ensino Médio Incompleto

- ☐ Ensino Médio Completo
- ☐ Ensino Superior Incompleto
- ☐ Ensino Superior Completo
- ☐ Pós-graduação

5. Você considera o podcast:

- ☐ Forma de aprender mais sobre determinado tema
- ☐ Aprofundar assuntos em pauta da atualidade
- ☐ Espaço à diversão
- ☐ Manter-se atualizado(a)
- ☐ Substituto contemporâneo do rádio

6. Qual a sua frequência de consumo de podcasts?

- ☐ Raramente
- ☐ Diariamente
- ☐ Semanalmente
- ☐ Mensalmente

7. Qual a sua principal relação com o Turismo?

- ☐ Servidor(a) ou empregado(a) público. (Concursado ou comissionado em secretarias, ministério, empresas públicas etc.)
- ☐ Empresário(a) ou funcionário(a) em empresa privada(Hotéis, agências, cias aéreas etc.)
- ☐ Professor(a) de Cursos de Turismo
- ☐ Estudante de Cursos de Turismo
- ☐ Turista (Viajante)
- ☐ Outros: _____

8. Qual aspecto do Turismo em Pernambuco você considera mais atrativo em ser debatido?

- ☐ Cultura, história e religiosidade
- ☐ Belezas Naturais, ecoturismo e turismo rural
- ☐ Políticas Públicas
- ☐ Eventos e Festividades

9. Qual área do Turismo em Pernambuco você acredita que mais necessita de investimento e desenvolvimento?

- ☐ Infraestrutura turística
- ☐ Marketing e promoção turística
- ☐ Preservação ambiental, cultural e patrimonial
- ☐ Formação profissional

10. Qual o maior desafio que você acredita enfrentado pelos profissionais do Turismo em Pernambuco na atualidade?

- ☐ Competitividade com outros destinos
- ☐ Sazonalidade
- ☐ Promoção e comunicação
- ☐ Diversificação de produtos turísticos

11. Qual nome você escolheria para um Podcast sobre assuntos relacionados ao Turismo em Pernambuco?

- ☐ Pernambuco Meu Xodó
- ☐ Pernambuco Tur & Cast
- ☐ Outros: _____

12. Como um podcast sobre Turismo, em Pernambuco, pode contribuir à promoção e à conscientização dos ouvintes de sua importância ao desenvolvimento local?

APÊNDICE B - ROTEIRO ESTRUTURADO – PODCAST PERNAMBUCO MEU XODÓ

Episódio 1 – A Profissão de Turismólogo e Espaços de Atuação

Duração: 40 min. aproximadamente

Objetivo: Esclarecer o papel do turismólogo, seus desafios, oportunidades e sua importância no desenvolvimento turístico.

Tópicos e Perguntas:

- Abertura: Boas-vindas, apresentação do podcast e do tema.
- Introdução: Como surgiu a regulamentação da profissão? O que mudou com essa regulamentação?
- - Perguntas aos convidados:
 - Quais são os principais espaços de atuação do turismólogo?
 - Quais os maiores desafios enfrentados no mercado de trabalho?
 - Como o turismólogo contribui para o desenvolvimento sustentável?
 - O que é desvio de função e como o profissional pode se proteger?
- - Encaminhamentos finais: onde buscar apoio ou orientação (conselhos, sindicatos)? Mensagem aos futuros profissionais.

Episódio 2 – Pernambuco em Várias Dimensões

Duração: 40 min.

Objetivo: Promover o debate sobre os destinos turísticos além do litoral, valorizando as diversas regiões do estado.

Tópicos e Perguntas:

- Abertura: Boas-vindas e contextualização do turismo em Pernambuco.
- Introdução: Por que o Turismo no Estado ainda é tão associado ao litoral?
- Perguntas aos convidados:
 - Quais políticas públicas estão em vigor para fortalecer o turismo na Zona da Mata, Agreste e Sertão?
 - Quais os desafios para promover esses destinos?
 - Existem projetos de turismo sustentável nessas regiões?
 - Como o turismo pode fortalecer as economias locais fora do litoral?

- - Encerramento: Dicas de locais, rotas alternativas e experiências diferenciadas.

Episódio 3 – Recife Sagrado: O Turismo Religioso na Capital

Duração: 40 min.

Objetivo: Discutir como o turismo religioso movimenta a economia e preserva a cultura.

Tópicos e Perguntas:

- Abertura: Introdução ao tema e apresentação do Projeto Recife Sagrado.
- Perguntas aos convidados:
 - O que é o Projeto Recife Sagrado? Quais os roteiros?
 - Quais monumentos e locais são contemplados?
 - Qual o impacto desse tipo de turismo na cidade?
 - Como equilibrar preservação, religiosidade e turismo?
 - Existe capacitação dos profissionais locais para este tipo de turismo?
- Encerramento: Convite para conhecer o roteiro Recife Sagrado e reflexão sobre a diversidade religiosa como patrimônio cultural.

Episódio 4 – Águas e Vinhos do Vale do São Francisco

Duração: 40 min.

Objetivo: Divulgar o enoturismo e o potencial turístico do Sertão pernambucano.

Tópicos e Perguntas:

- Abertura: apresentação da Região do Vale do São Francisco.
- Perguntas aos convidados:
 - Como surgiu o enoturismo no Vale?
 - Quais experiências estão disponíveis para os turistas (visitas, passeios, degustações)?
 - Como é possível fazer turismo nas praias fluviais?
 - Quais os desafios para ampliar esse turismo (infraestrutura, divulgação)?
 - O que diferencia o enoturismo do Vale do São Francisco de outros lugares?
- Encerramento: Roteiros sugeridos e dicas práticas.

Episódio 5 – Parque Nacional do Catimbau: Ecoturismo, Arqueologia e Astronomia

Duração: 40 min.

Objetivo: Divulgar a importância ambiental, arqueológica e científica do Parque do Catimbau.

Tópicos e Perguntas:

- Abertura: Breve histórico do Parque Nacional do Catimbau.
- Perguntas aos convidados:
 - Quais são os principais atrativos do Parque?
 - Como funciona a visita guiada? Só pode ser realizada com profissionais?
 - Qual a importância arqueológica das pinturas rupestres?
 - Como o turismo astronômico tem sido explorado na região?
 - Quais os cuidados para garantir um turismo sustentável no parque?
- Encerramento: Recomendações de trilhas, melhor período para visita e dicas de hospedagem na região.

Episódio 6 – Carnaval de Olinda: As Cores do Mundo na Cidade Patrimônio da Humanidade

Duração: 40 min.

Objetivo: Discutir os bastidores, impactos e potencial do Carnaval de Olinda.

Tópicos e Perguntas:

- Abertura: Contextualização sobre Olinda e seu título de Patrimônio da Humanidade.
- Perguntas aos convidados:
 - Como o Carnaval impacta a economia local?
 - Qual o papel da cultura popular no fortalecimento do turismo?
 - Como a cidade se prepara (infraestrutura, segurança, logística)?
 - Existe sustentabilidade na realização do evento?
 - Quais são os maiores desafios na gestão de um evento desse porte?
- Encerramento: curiosidades, dicas para aproveitar a festa de forma consciente e segura.

Estrutura básica para os episódios

1. Vinheta de Abertura (10-15 segundos)
2. Apresentação dos Convidados (3-5 minutos)
3. Desenvolvimento do Tema (30 minutos)
4. Quadro Interativo: Curiosidades, indicações de livros, filmes ou dicas culturais
5. Encerramento: Considerações finais, agradecimentos, divulgação de redes sociais e chamada para o próximo episódio.