



PODCAST NA EDUCAÇÃO: O CASO DO PROJETO DE EXTENSÃO DROPS

RAFAELI ALBRICH NARESSI¹;
Dr.^a MARCELA FERREIRA MARINHO²;
Dr.^a PATRÍCIA SCHNEIDER SEVERO³

¹*Universidade Federal do Pampa – rafaelinaressi1@gmail.com*

²*Universidade Federal do Pampa - marcelamarinho@unipampa.edu.br*

³*Universidade Federal do Pampa – patriciaschneider@unipampa.edu.br*

1. INTRODUÇÃO

Ao considerar o cenário pandêmico, de isolamento social e de academicamente aulas no formato de Ensino Remoto Emergencial (ERE) um grupo de alunos e professores iniciou discussões sobre a importância de *podcasts* como ferramenta de comunicação e de desenvolvimento de atividades no Curso Superior de Tecnologia em Gestão de Turismo da Universidade Federal do Pampa - UNIPAMPA, Campus Jaguarão. Houve a preocupação com a desigualdade de acesso aos meios digitais e a possível falta de preparo para interagir com plataformas educativas, com a produção de conteúdos produzidos na Universidade, com a propagação desse conhecimento no que diz respeito ao alcance da comunidade acadêmica e não acadêmica e, principalmente, com a sobrecarga mental que o distanciamento social tem ocasionado.

Sendo assim, o projeto *Drops* objetiva contribuir à dinamicidade de materiais menos tradicionais e à promoção de interatividade entre conteúdos e estilos de aprendizagem diferentes, além da aproximação entre comunidade acadêmica e externa à Universidade. Nesse sentido, partilhar interesses, conteúdos e projetos de ensino, pesquisa e extensão, via redes e mídias sociais, por meio de *podcasts*, parece democratizar e difundir produtos intelectuais.

Desse modo, ao compreender alguns dos aspectos que norteiam o projeto *Drops*, o presente resumo expandido objetiva narrar a experiência de alunos e de professores sobre o desenvolvimento e a organização de *podcasts*, no sentido de difundir a ferramenta e os conhecimentos adquiridos, na direção de estabelecer diálogos entre a universidade e a população em geral.

2. METODOLOGIA

O processo de criação do projeto se deu no segundo semestre de 2020, através de pesquisa bibliográficas sobre a utilização de *podcasts* na universidade, como ferramenta de ensino e aprendizagem e, também, de como produzir *podcasts* por meio de tutoriais. No semestre seguinte, no componente curricular de Práticas Profissionais em Gestão de Turismo, do curso de Gestão de Turismo, o projeto foi aprimorado.

Nesta disciplina, já nas primeiras reuniões com o grupo, foram verificadas as demandas e as responsabilidades de cada componente do grupo, de acordo com seus interesses acadêmicos e aptidões. Dentre elas estavam: criação de identidade, imagem, logo, *posts*, gestão de marketing digital e de conteúdo, gestão de mídias sociais e redes sociais, seleção de artigos, elaboração de conteúdo, gravações e edições dos áudios para o *podcast*, preparação dos vídeos, entre outros.

O projeto não se refere apenas ao *podcast*, como oportunidade de disseminação, mas, também, como um elenco de possibilidades e de potenciais, para que, no futuro, seja



permitido o desenvolvimento de, por exemplo, um canal no *YouTube*¹ com bate-papos educativos, de espaços em rádios, entre outros aspectos.

Tendo como foco inicial do projeto de extensão *Drops*, a criação de *podcasts* educativos, intitulou-se seu produto como *DropsCast*. Optou-se por explorar esse meio em formato de entrevistas, as quais seriam feitas com discentes da UNIPAMPA, os próprios autores dos trabalhos de conclusão de curso (TCC), por exemplo. Como um espaço seguro para que se pudesse falar, de acadêmico para egresso, sobre projetos e estudos e, assim, divulgá-los.

Entretanto, a partir da realização de estudo dos TCCs, optou-se pela construção de conteúdo adaptado para o formato da ferramenta e a gravação, pelos próprios acadêmicos da disciplina, dos respectivos *podcasts*. Observa-se que os *podcasts* têm se tornado cada vez mais populares nas plataformas de áudio, sendo interessante pensar que eles podem ajudar na transmissão de conhecimento e na educação de maneira formal e informal.

A figura 1 apresenta a logomarca do projeto *DropsCast*, idealizada coletivamente pelo grupo de discentes e de docentes e desenvolvida pela discente da disciplina:

Figura 1: Logomarca do Projeto *DropsCast*



Fonte: Rafaeli Albrich Naressi (2021)

Antes mesmo da própria publicação dos áudios, foram desenvolvidas mídias sociais para serem publicadas no sentido de divulgar o projeto pela plataforma *Instagram*². Essas ações de marketing digital e de comunicação foram construídas em diversos formatos, desde *stories*, contendo uma parcela do que seria publicado oficialmente na plataforma *Spotify*³, até postagens nos feeds, com impulsionamentos via *hashtags*.

Para construção dos conteúdos, foi desenvolvido piloto com dois trabalhos de conclusão de curso, os quais foram escolhidos durante o componente curricular de Práticas Profissionais, sendo eles: “Crochê Jacquard: símbolo do empoderamento feminino em Jaguarão/RS”, de Helora Ataydes Dilelio Ávila (2018), sob orientação da Prof.^a Dr.^a Alessandra Buriol Farinha, e “Gestão de meios de hospedagem durante a pandemia do Covid-19: aplicação de um protocolo de biossegurança na cidade de Jaguarão/RS”, de Ana Luiza de Almeida Albucezze (2020), sob orientação da Prof.^a Dr.^a Adriana Pisoni da Silva.

¹ É uma plataforma de compartilhamento de vídeos.

<https://acervodigital.ufpr.br/bitstream/handle/1884/43498/PLATAFORMA%20YOUTUBE%2C%20PRODU%20COES%20INDEPENDENTES%20E%20EDUCOMUNICACAO%20possibilidades%20para%20um%20saber%20alternativo.pdf?sequence=1&isAllowed=true>

² É uma rede social principalmente visual, onde o usuário posta fotos e vídeos curtos, podendo compartilhar com outros usuários.

https://www.researchgate.net/publication/335380059_Uso_do_Instagram_como_ferramenta_de_estudo_analise_de_um_perfil_da_area_biológica

³ É um serviço de streaming (transmissão) de áudio que permite ao usuário ouvir podcasts, músicas, ver vídeos com plano de assinatura ou gratuito. <https://support.spotify.com/br/article/what-is-spotify/>



Ambos os trabalhos foram estudados, mapeados em suas informações relevantes e construídos episódios em formato de *podcast* e mídias sociais para o *Instagram*.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto traz uma forma moderna de transmitir conteúdo; de maneira fácil, rápida e de base científica quando falamos sobre o meio acadêmico e, igualmente, quando mencionamos formas tradicionais de comunicação como o rádio. Acompanhando atualizações tecnológicas do século XXI, o rádio educa, aproxima, entretém, informa, sugere, mobiliza, confunde, liberta e anima (ARAÚJO, 2003).

Para Primo (2005, p.17) o *podcast* “é um processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na Internet”. Ele pode ser utilizado em variados contextos, sejam eles no âmbito dos negócios como forma de disponibilizar, conteúdos de reuniões, programas de telejornais e entretenimento.

O *podcast* também pode ser visto e entendido como modelo de rádio na *web* e, como nova mídia, pode estar presente como ferramenta de ensino e de aprendizagem. Belloni (2001, p.10) afirma que:

[...] a escola deve integrar as tecnologias de informação e comunicação porque elas já estão presentes e influentes em todas as esferas da vida social, cabendo à escola, especialmente à escola pública, atuar no sentido de compensar as terríveis desigualdades sociais e regionais que o acesso desigual a estas máquinas está gerando.

Assim, intencionalmente, os *podcasts* foram produzidos para serem transmitidos, em um primeiro momento, em rádios locais da cidade de Jaguarão, como uma forma de chegar à comunidade os projetos de ensino, pesquisa e extensão que são desenvolvidos pela comunidade acadêmica. Entretanto, foi percebido que os *podcasts*, para além da concepção tradicional das rádios, podem disseminar conhecimentos acadêmicos, ultrapassando fronteiras da cidade, via redes de comunicação como o *Spotify*.

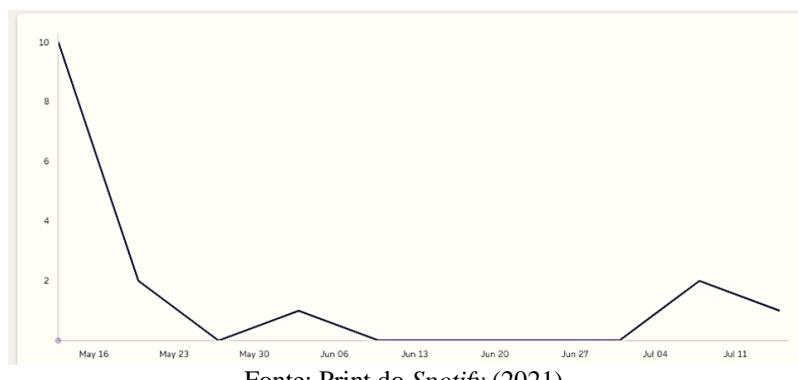
Igualmente, com as hospedagens na ferramenta *Spotify* e seus impulsionsamentos via plataforma *Instagram*, é possível analisar os alcances de usuários por meio das Figuras 02 e 03, a seguir. Verificamos que logo que se iniciaram as respectivas postagens, em ambas mídias e redes sociais, houve um maior engajamento de acesso às audições. Contudo, após a conclusão da disciplina de Práticas Profissionais e, talvez, pela ausência de postagem e promoção dos *podcasts*, esse número caiu em alguns níveis.

Figura 2: Informações *Print Instagram Drops*



Fonte: Rafaeli Albrich Naressi (2021)

Figura 3: Dados Print Spotify Drops



Fonte: Print do Spotify (2021)

Na educação esta ferramenta também é utilizada com sucesso para transmissão e disponibilização de aulas para formação à distância, tanto na Europa como nas Américas (BARROS; MENTA, 2007). Neste contexto, vimos a oportunidade da aplicação dessas ferramentas audiovisuais, por meio de plataformas já conhecidas pelo público como o *Instagram* e o *Spotify*, em prol da melhoria da comunicação, entendimento e distribuição de projetos de ensino, pesquisa e extensão.

4. CONCLUSÕES

O Projeto *Drops* aborda principalmente as pautas de inclusão digital, social, a facilitação e a disseminação dos conteúdos acadêmicos criados dentro na universidade. É preciso considerar questões e dificuldades que muitos vivem atualmente, como o acesso a redes de internet. Ademais, torna-se relevante a reflexão sobre os processos pelos quais a educação no Brasil vem passando, como a precariedade do acesso ao ensino remoto emergencial, aos aparelhos eletrônicos necessários, aos aprendizados sobre a utilização deles, entre outros aspectos, sem prejudicar os processos de ensino e de aprendizagem.

Apesar das dificuldades encontradas, entende-se que o projeto atingiu o seu objetivo inicial, através da publicação dos dois primeiros episódios e alcance de um número significativo de público, tanto de universitários quanto de pessoas da comunidade externa. O projeto tem potencial para futuramente abranger pesquisas de outros cursos, realizar entrevistas com a comunidade externa, etc. Espera-se, ainda, a criação de um canal na plataforma *YouTube*, onde poderão ser disponibilizados variados conteúdos acadêmicos, entrevistas, entre outros.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAÚJO, S. K. Escolas no ar: a gestão de sistemas Educomunicativos para o uso pedagógico do rádio. Natal, UFRN, 2003.
- BARROS, G. C.; MENTA, E. (2007). Podcast: produções de áudio para educação de forma crítica, criativa e cidadã. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**. Vol. IX, n. 1, ene. 2007.
- BELLONI, M. L. O que é mídia-educação. Campinas: Autores Associados, 2001.
- PRIMO, A. F. T. (2005) Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. **Intertexto**. Porto Alegre, n. 13, 2005.
- PRIMO, A. F. T. Para além da emissão sonora: as interacções no podcasting. **Intertexto**. Porto Alegre, n. 13, 2005.