



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM JORNALISMO**

**CARLA MARIA TAVARES DE BARROS  
KENNEDY DA SILVA VASCONCELOS**

**RELATÓRIO TÉCNICO DE PRODUTO MIDIÁTICO  
PODCAST EMBARQUEI**

**CAMPINA GRANDE**

**2021**

**CARLA MARIA TAVARES DE BARROS  
KENNEDY DA SILVA VASCONCELOS**

**RELATÓRIO TÉCNICO DE PRODUTO MIDIÁTICO  
PODCAST EMBARQUEI**

Relatório técnico apresentado ao curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

**Orientadora:** Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima

**CAMPINA GRANDE**

**2021**

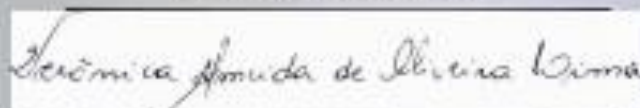
CARLA MARIA TAVARES DE BARROS  
KENNEDY DA SILVA VASCONCELOS

**RELATÓRIO TÉCNICO DE PRODUTO MIDIÁTICO  
PODCAST EMBARQUEI**

Relatório técnico apresentado ao curso de Jornalismo da Universidade Estadual da Paraíba, em cumprimento à exigência para obtenção do grau de Bacharel em Jornalismo.

Aprovado em 28 / 05 / 2021

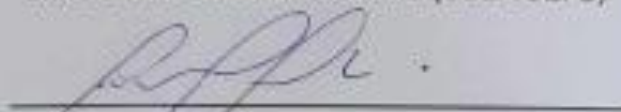
**BANCA EXAMINADORA**



Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima (Orientadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (CCSAUEPB)



Prof. Dr. Antônio Simões Menezes (Examinador)  
Universidade Estadual da Paraíba (CCSAUEPB)



Profa. Dra. Ingrid Farias Fachine (Examinadora)  
Universidade Estadual da Paraíba (CCSAUEPB)

E expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

V331p Vasconcelos, Kennedy da Silva.  
Podcast embarquei [manuscrito] : /Carla Maria Tavares de Barros / Kennedy da Silva Vasconcelos. - 2021.  
52 p. : il. colorido.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2021.

"Orientação : Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima, Coordenação do Curso de Jornalismo -CCSA."

1. Jornalismo. 2. Podcast. 3. Mídia digital. 4. Turismo. I.

Título

21. ed. CDD 070.4

A Deus, que foi nosso guia nessa jornada, sem ele jamais teríamos conseguido, aos nossos Pais, nossos maiores incentivadores e à nossa Orientadora, Professora Verônica Oliveira, que nos deu todo o suporte necessário. DEDICAMOS.

*“A nossa recompensa está no esforço, não no resultado. Um esforço total é uma vitória completa” Mahatma Gandhi.*

## **AGRADECIMENTOS**

### **CARLA MARIA TAVARES DE BARROS**

Agradeço antes e acima de tudo a Deus, sobretudo pela saúde e por ter sido meu sustentáculo durante toda essa caminhada, reafirmando a minha fé nos momentos de insegurança.

Ao meu pequeno Matheus, luz dos meus dias, que todo meu esforço na construção desse trabalho tenha servido para mostrar que é através de muito empenho e dedicação que conquistamos o que sonhamos. Foi por você e para você, filho!

Aos meus Pais e irmã, por todo amor, incentivo e apoio incondicional. Me faltam palavras para agradecê-los por tudo que já fizeram e ainda fazem por mim. A vocês, toda minha gratidão.

Ao meu namorado Éneas Veríssimo, meu amigo, meu companheiro, meu estímulo diário que me fez acreditar na minha capacidade ao longo dessa caminhada e dono da frase mais importante nos momentos de desespero: “Calma, vai dar tudo certo!” Obrigada por toda paciência e compreensão.

Aos amigos que fiz durante a graduação, em especial a Ygor Lino, Kennedy Vasconcelos, Matheus Santos e Juliana Farias, agradeço pela parceria que se estendeu para vida. Fazer esse percurso da graduação ao lado de vocês tornou a caminhada mais leve e feliz, gratidão! Em especial ao meu amigo/irmão Kennedy, nos prometemos no início da graduação não soltar a mão um do outro, e aqui estamos, juntos, finalizando um ciclo de muitos que ainda virão, se Deus permitir.

À Universidade Estadual da Paraíba – UEPB, em especial ao departamento de Comunicação Social, seus técnicos e professores. À minha orientadora, Professora Verônica Oliveira por ter aceito o convite, pelo suporte acadêmico e pessoal, serei sempre grata ao seu lado humano. Agradeço, ainda, aos professores Antônio Simões e Ingrid Fachine, pelo tempo em que estivemos juntos durante a graduação e pela disponibilidade em participar da minha banca.

Durante toda a construção deste trabalho, fui grata a tantas pessoas, que de uma forma ou de outra contribuíram me dando forças e me incentivando para que eu chegasse à finalização desta etapa, considerada, por mim, como a mais desafiadora em todos os aspectos.

Por fim, agradeço a todos que contribuíram direta e indiretamente com a

realização desse projeto, emanado boas energias, fator primordial nessa etapa de conclusão.

A todos, meu muito obrigada!



## **AGRADECIMENTOS**

### **KENNEDY DA SILVA VASCONCELOS**

É com enorme alegria que finalizo uma das etapas mais importantes da minha vida, apresento o meu projeto de conclusão de curso e encerro a minha graduação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba. Gostaria de agradecer primeiramente a Deus pela vida, pela saúde, por me permitir estar vivendo esse sonho, e por nunca me abandonar nas horas difíceis.

Agradeço aos meus pais, pelos ensinamentos, pela força, pelo afeto e por tudo que foi necessário para continuar nessa jornada. À minha mãe, Angélica, minha guerreira e um exemplo de mulher nordestina, sou extremamente orgulhoso em tê-la como mãe. Ao meu pai, Joselito, um homem batalhador, de caráter e honestidade que sempre fez de tudo para ver seus filhos trilharem o caminho da felicidade. Meu orgulho como pai. Sem eles eu jamais estaria aqui. À minha avó materna, Maria do Socorro (in memoriam) por ter me ensinado valores que carrego comigo em todos os momentos, em algum lugar deve estar vibrando com a minha vitória.

Aos meus irmãos, Kamylla e Kellvy, por serem presentes na minha vida. Obrigado por todo o apoio, por todas as vibrações com minhas conquistas e por serem tão companheiros. A minha tia Hercília, eu jamais serei capaz de retribuir todo amor e torcida pelos meus objetivos. Ao meu companheiro Wandson, pelo apoio, sempre me acalmando nos momentos de estresse, me confortando nos momentos difíceis e comemorando nos momentos de alegria. Obrigado por entender minha ausência em diferentes momentos.

Agradeço aos meus amigos, pelos sorrisos, dedicação e carinho que a mim atribuíram. Às minhas amigadas feitas ao longo do período da graduação, em especial a Mateus Farias, Ygor Lino e Juliana Farias, vocês nunca negaram uma palavra de apoio, força e cumplicidade ao longo dessa nossa etapa de vida acadêmica. A minha amiga Carla Tavares, obrigado por nunca desistir de mim e por sempre caminhar ao meu lado e tornar possível este acontecimento. Sou imensamente feliz em concluir esse projeto final do curso com você. Agradeço a todos os meus mestres, pelos ensinamentos passados, pela paciência, apoio e por me fazerem acreditar que eu posso ir além. Tenho cada um de vocês como exemplos de profissionais.

Esse agradecimento vai em especial a minha orientadora, professora Verônica Oliveira, só tenho a agradecer por estar sempre disposta a ajudar com sua experiência, sabedoria e seu tempo. Agradecimento especial ao técnico de laboratório Giancarlo Galdino, responsável pela técnica do podcast. Por fim, agradeço a instituição Universidade Estadual da Paraíba, por me proporcionar um ambiente amigável para os estudos.

Obrigado a todos. Sem dúvidas, cada um de vocês foram essenciais para a minha formação.

## RESUMO

Este relatório constitui uma reflexão teórica e um detalhamento técnico da produção do produto midiático Podcast Embarquei, para a conclusão da graduação em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba. Trata-se de um podcast voltado para o segmento do turismo, com o objetivo de levar informações relevantes ao público através de entrevistas, depoimentos e notícias no âmbito do turismo nacional. Pesquisas bibliográficas como Luiz (2014), Medeiros (2006) e Torres (2009), foram fundamentais para a produção deste trabalho. Nesse relatório está contido todo processo de produção desse podcast, do planejamento até a sua finalização, bem como os seus objetivos, cronograma, orçamento, fundamentação teórica, entre outros quesitos necessários para conclusão desse produto midiático que resultou em dois episódios publicados na plataforma Spotify. O primeiro com o tema “Turistando pelo Sul do Brasil” com duração de 15 minutos e 16 segundos e o segundo com a temática “Três destinos: Rio de Janeiro, Manaus e Lençóis Maranhenses” com duração de 19 minutos e 7 segundos, ambos com informações sobre roteiros turísticos específicos conforme cada temática do programa.

**Palavras-Chave:** Jornalismo, Relatório. Podcast. Mídia Digital.

## ABSTRACT

This report is a theoretical reflection and a technical detailing of the production of the media product Podcast Embarquei, for a conclusion of a degree in Journalism at the State University of Paraíba. It is a podcast aimed at the tourism sector, with the objective of bringing relevant information to the public through identification, testimonials and news in the context of national tourism. Bibliographic researches such as LUIZ, MEDEIROS and TORRES were fundamental for the production of this project. This report contains the entire production process of this podcast, from planning to completion, as well as its objectives, schedule, budget, theoretical foundation, among other bridge requirements for the completion of this media product that resulted in two episodes published on the Spotify platform. first with the theme "Touristing through the South of Brazil" with duration of 15 minutes and 16 seconds and the second with the theme "Three destinations: Rio de Janeiro, Manaus and Lençóis Maranhenses" with duration of 19 minutes and 7 seconds, both with information on specific tourist itineraries according to each theme of the program.

**Keywords:** Journalism. Report. Podcast. Digital media.

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
<b>2 OBJETIVOS .....</b>	<b>15</b>
<b>2.1 Objetivo geral.....</b>	<b>15</b>
<b>2.2 Objetivo específico.....</b>	<b>15</b>
<b>3 JUSTIFICATIVA .....</b>	<b>16</b>
<b>4 PÚBLICO-ALVO.....</b>	<b>18</b>
<b>5 ORÇAMENTO .....</b>	<b>19</b>
<b>6 CRONOGRAMA.....</b>	<b>20</b>
<b>7 DETALHAMENTO TÉCNICO .....</b>	<b>21</b>
<b>7.1 Mídias digitais e Mídias sonoras.....</b>	<b>26</b>
<b>7.2 O que é Podcast? .....</b>	<b>28</b>
<b>7.3 Jornalismo Especializado.....</b>	<b>29</b>
<b>7.4 Jornalismo de Turismo .....</b>	<b>31</b>
<b>7.5 Empreendedorismo e o Jornalismo Digital .....</b>	<b>32</b>
<b>8 PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO .....</b>	<b>34</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>35</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>36</b>
<b>APÊNDICE A: SCRIPT DO EPISÓDIO 01 .....</b>	<b>38</b>
<b>APÊNDICE B: SCRIPT DO EPISÓDIO 02 .....</b>	<b>45</b>

## 1 INTRODUÇÃO

A internet modificou as relações, sejam elas sociais ou comerciais, desempenhando um papel fundamental na sociedade atual, não apenas por ser uma forma de acesso a novas informações, mas também por servir como meio de interação entre as pessoas. Com a popularização e a democratização ao acesso à internet, as pessoas passaram a interagir mais em todo o mundo, o que antes servia apenas como meio de entretenimento e diversão, passou a ser uma fonte imensurável de troca de conhecimento, contribuindo para o desenvolvimento de novas tecnologias nos mais diversos setores.

Contudo, a internet não somente revolucionou as formas de comunicação, ela mudou a forma de comercialização de produtos e viabilizou a descoberta de novas plataformas digitais e de mídias sonoras, criando uma sociedade que vive da informação, através de sites, aplicativos e formatos de “web rádio” que realizam a transmissão em tempo real, via internet, ou disponibilizam os programas para *download*, podendo serem ouvidos posteriormente.

Diante do cenário da pandemia da Covid-19, a grande maioria das pessoas passaram a ter um maior contato com o mundo digital e a perspectiva delas sobre a tecnologia mudou, aponta o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC.BR, 2020).<sup>1</sup> No segmento turístico houve um crescimento do turismo virtual em todo o mundo, conforme o relatório apresentado pelo Conselho Mundial de Viagens e Turismo (WTTC) em dezembro de 2020, como forma de manter o interesse do consumidor enquanto ele ainda não se arrisca a programar uma viagem (PANROTAS, 2020).<sup>2</sup> O acesso a conteúdo seguros e de qualidade sobre roteiros turísticos tornaram-se imprescindíveis, principalmente para os destinos mais remotos.

Uma das plataformas digitais em maior evidência, que traz características do gênero radiofônico aliado as adaptações proporcionadas pelas novas tecnologias são os *podcasts*. Em crescente avanço, sobretudo na pandemia, conforme apontou a

---

<sup>1</sup> Disponível em < <https://cetic.br/pt/noticia/painel-tic-covid-19-aponta-aumento-do-comercio-eletronico-e-das-atividades-culturais-on-line-durante-a-quarentena/> > Acesso em 23 de mai. De 2021.

<sup>2</sup> Disponível em <[https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2020/12/wttc-elabora-relatorio-sobre-viajar-seguro-nesta-pandemia\\_178677.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2020/12/wttc-elabora-relatorio-sobre-viajar-seguro-nesta-pandemia_178677.html)> Acesso em 08 de mai. De 2021.

PodPesquisa de 2020 (ABPOD, 2020)<sup>3</sup>, estima-se já ser um número de aproximadamente 34,6 milhões de ouvintes no Brasil e, além desse número, houve um acréscimo na criação de conteúdos em podcast. Partindo desse entendimento, surgiu o interesse de criar o Podcast Embarquei, a fim de divulgar conteúdos voltados para o segmento do turismo no Brasil, com o intuito de fazer com que as pessoas o absorvam de forma mais dinâmica e usufruam da facilidade oferecida por essa modernidade.

Para a produção deste produto fez-se necessário uma pesquisa mais aprofundada sobre a mídia podcast, aliada ao conhecimento adquirido ao longo da graduação. Até o momento de conclusão deste trabalho, foram produzidos dois programas, um com a temática “Turistando pelo Sul do Brasil” e outro com o tema “Três destinos: Rio de Janeiro, Manaus e Lençóis Maranhenses”. O podcast é dividido em três blocos, trazendo dinamicidade ao programa, com uma linguagem leve e dialogada. O primeiro bloco, denomina-se “Embarquei em”, que tem marcas do formato radiofônico, trazendo informações através das entrevistas com guias de turismo especializado, sobre um destino pré-definido em cada episódio.

O segundo bloco “Embarquei Notícias” traz informações com uma linguagem objetiva sobre os assuntos de maior relevância no turismo do Brasil. O terceiro e último bloco, denominado “Turistando”, possui características mais dinâmicas, trazendo a oportunidade de o ouvinte conhecer um destino, através de depoimentos de pessoas que relataram suas experiências no quadro “Sua Viagem Inesquecível.” O podcast Embarquei tem como diferencial, conteúdos de interesse do turista com uma linguagem leve e dialogada pelo olhar de quem já conhece o destino, seja ele profissional do turismo ou viajante, através das suas experiências pessoais.

A importância de produzir e divulgar conteúdos pelo formato podcast, nos acrescentou conhecimento, possibilitando vivenciar na prática toda a produção de um programa. Além da satisfação em criar, compartilhar e ajudar na divulgação de conteúdos no segmento do turismo, através de uma plataforma digital gratuita.

Sendo assim, após esta introdução, será explanado os objetivos, justificativa, público-alvo, orçamento e cronograma que serviram como base para construção do produto midiático, juntamente com o detalhamento técnico, que mostrará os detalhes de cada fase estrutural para o desenvolvimento do projeto. Após isso, é realizado a

---

<sup>3</sup> Disponível em <[https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-Produtor-2020-2021\\_Abpod-Resultados.pdf](https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultados.pdf)> Acesso em 08 de mai. De 2021.

abordagem teórica em mídias digitais e sonoras, jornalismo especializado e de turismo, finalizando com empreendedorismo. Com fontes primárias de pesquisas Lucio Luiz, Ronald Degen, Vera França, entre outros. Por fim, será apresentado todo planejamento no processo de execução do produto, e as considerações finais.



## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo geral**

Produzir um podcast voltado para o turista, com o objetivo de levar até eles informações através de entrevistas, depoimentos e notícias no âmbito do turismo nacional.

### **2.2 Objetivo específico**

- Produzir conteúdo de forma criativa, com uma linguagem dialogada sobre roteiros turísticos específicos conforme cada temática do programa;
- Atualizar os ouvintes em relação as notícias acerca do setor turístico;
- Possibilitar que o ouvinte consiga conhecer sobre um determinado destino, através das experiências de viajantes;
- Proporcionar ao ouvinte a oportunidade de consumir o conteúdo no horário que escolher, uma vez que o podcast viabiliza o *download* do programa.

### 3 JUSTIFICATIVA

O turismo é um segmento dos mais complexos, pois reúne um grande número de empresas de atuações variadas, que vão de grandes companhias aéreas até comerciantes que vivem da chegada de visitantes. Com a pandemia da Covid-19, a indústria do turismo foi bastante afetada, tendo uma perda de aproximadamente R\$ 42 bilhões em faturamento no ano de 2020, uma queda de 44% em relação ao ano anterior, segundo dados divulgados pela Federação do Comércio de Bens e Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FecomercioSP, 2020).<sup>4</sup>

O cenário atual no turismo, deve deixar marcas no comportamento e na maneira de como as pessoas enxergam o ato de viajar, abrindo espaço para novas oportunidades de negócio. Devido as tecnologias digitais estarem cada vez mais presentes na sociedade, com uma diversidade de mídias e aplicativos acessíveis ao público consumidor, torna-se impossível imaginar o mundo sem elas.

Foi nesse contexto que surgiu a ideia de criar o podcast “Embarquei”, com o intuito de trazer informações relevantes na temática do turismo através de uma mídia digital. Apesar do baixo rendimento do setor de turismo no ano de 2020, segundo a pesquisa do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)<sup>5</sup>, nossa intenção é contribuir com a informação segmentada para o turista, através das mudanças proporcionadas pela tecnologia e pela densidade plural de acesso a conteúdos. Hoje, existem diversos aplicativos e sites para ajudar no planejamento de uma viagem como, AirBnb, TripAdvisor, Skyscanner, entre outros. Pensando em utilizar um recurso simples para gravação e edição do nosso produto midiático, através de um formato para se diferenciar da concorrência e estreitar laços com o público-alvo, o podcast representa liberdade e comodidade no consumo de conteúdos em áudio.

Escolheu-se para publicação do programa Embarquei, o aplicativo Spotify, que é um serviço de *streaming* de música e podcast. São cerca de dois milhões de podcasts publicados na plataforma em todo o mundo. E dos 320 milhões de usuários ativos no Spotify, 22% são do Brasil e da América Latina. “O crescimento [no número de podcasts] foi absolutamente tremendo, em torno de 400% na América Latina. Em todo

---

<sup>4</sup> Disponível em <<https://www.fecomercio.com.br/noticia/prejuizos-do-turismo-nos-meses-da-pandemia-ja-somam-r-41-6-bilhoes-mostra-fecomerciosp-1>> Acesso em 08 de mai. De 2021.

<sup>5</sup> Disponível em <<https://fdr.com.br/2021/02/12/ibge-divulga-desempenho-do-turismo-em-2020-e-resultado-preocupa/>> Acesso em 08 de mai. De 2021

o mundo mais do que dobramos”, disse Mia Nygren, diretora geral do Spotify para a América Latina, em entrevista exclusiva à Exame (EXAME, 2020).

Como o produto segue o formato de uma mídia sonora, possibilita uma flexibilização na rotina do ouvinte para ouvir o podcast no horário que preferir, assim como o conteúdo que desejar consumir. No Embarquei, viajamos juntos em cada episódio, falamos de viagem das mais diversas formas, com dicas, histórias, relatos, sonhos e realidades dos mais diversos tipos de viajantes.

#### **4 PÚBLICO-ALVO**

O podcast “Embarquei”, é direcionado especificamente aos turistas que se interessem em consumir conteúdos relacionados ao âmbito do turismo, de uma forma geral, mas também a pessoas interessadas na temática.

## 5 ORÇAMENTO

Com o avanço da tecnologia e dos aparelhos eletrônicos, é possível desenvolver um podcast sem muitos custos, com o auxílio de um computador ou smartphone, aliados aos seus programas ou aplicativos de edição, além do conhecimento necessário para manuseá-los e um microfone para obter uma boa qualidade na captação do áudio.

Caso não se tenha conhecimento técnico para a edição do podcast, será necessário a contratação de um profissional qualificado, o que irá gerar um custo ao projeto.

Por se tratar de um trabalho de conclusão de curso, o podcast “Embarquei” foi gravado no laboratório de radiojornalismo da UEPB, não gerando assim, gastos.

## 6 CRONOGRAMA

	<b>MARÇO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAIO</b>
<b>Orientação</b>	X	X	X
<b>Elaboração de projeto</b>	X		
<b>Elaboração de roteiros e scripts</b>		X	X
<b>Levantamento de fontes bibliográficas</b>		X	X
<b>Gravação e edição</b>			X
<b>Publicação em plataforma</b>			X
<b>Revisão final</b>			X
<b>Apresentação do TCC</b>			X

## 7 DETALHAMENTO TÉCNICO

O Podcast Embarquei foi produzido com o objetivo de levar informações, experiências e dicas sobre roteiros turísticos específicos ao público, através de entrevistas, depoimentos e notícias no âmbito do turismo nacional. Estas, chegarão até os ouvintes através da plataforma Spotify, quinzenalmente, com durações de até 20 minutos cada episódio. Tempo necessário para que a produção do programa seja feita com maior qualidade para os nossos consumidores, tornando-o acessível de ser ouvido a qualquer hora e em qualquer lugar. Abaixo, link para consumo do podcast (Figura 1).

**Figura 1** – Abra o aplicativo Spotify no seu aparelho celular. Na barra de pesquisa direcione a câmera para essa imagem e tenha acesso ao podcast Embarquei, ou acesse: <https://open.spotify.com/show/4rvMp5NFP8qBfSOk9YEap4?si=07s4h8dqRVy-8b3HAnpsAQ>



Fonte: Autores, 2021.

Encontram-se disponíveis no Spotify os dois primeiros episódios, o primeiro deles com a temática “Turistando pelo Sul do Brasil”, trazendo aos nossos ouvintes, notícias no âmbito do turismo, curiosidades, além de um bate-papo com um guia de

turismo da cidade de Curitiba no Paraná, que compartilhou dicas sobre o destino. Abordamos também dicas de mais dois destinos, Foz do Iguaçu e Gramado. Esse primeiro episódio tem duração de 15 minutos e 16 segundos.

Já o segundo episódio apresenta o tema “Três destinos: Rio de Janeiro, Manaus e Lençóis Maranhenses”, trazendo um bate papo descontraído com uma guia de turismo da cidade do Rio de Janeiro, com dicas e informações que poderão ajudar os ouvintes a montar o seu próximo roteiro de viagem, além de notícias no contexto do turismo e experiências sobre os destinos Manaus e Lençóis Maranhenses, através dos nossos convidados. Este episódio tem duração de 19 minutos e 07 segundos.

As imagens do carimbo do passaporte e do avião decolando, além dos ícones do autofalante, microfone e fone de ouvido, fazem a identidade visual do podcast Embarquei, como mostra o *banner* de apresentação do logotipo na figura 2, criada com o intuito de remeter o ouvinte ao universo das viagens, tema principal do nosso podcast. A cor utilizada para o plano de fundo da imagem foi o azul Oxford no tom #061F40, para a escrita das palavras Podcast e Embarquei, foi usada a tipografia *Guerrilla* na cor cinza, tonalidade #D9D9D9, todos os elementos contidos na imagem são da plataforma utilizada para a criação do design, o *Canva*.

**Figura 2:** Banner de apresentação do logotipo.



Fonte: Autores, 2021.

Cada episódio do podcast no Spotify, terá seu banner disponível com uma imagem do nosso acervo pessoal mostrando o destino principal do programa e o logotipo do Embarquei, como mostra as figuras 3 e 4.



**Figura 3** - Banner disponível no episódio 1 no Spotify.



Fonte: Autores, 2021.

**Figura 4:** Banner disponível do episódio 2, no Spotify.



Fonte: Autores, 2021.

Para cada episódio, foram feitas descrições que ficam localizadas abaixo do tema, a fim de fazer uma breve apresentação sobre o assunto tratado no episódio,

além de ficar disponível nosso endereço do Instagram<sup>6</sup> para que os ouvintes possam interagir, enviar sugestões e comentários, conforme mostra as figuras 5 e 6:

**Figura 5-** Descrição do primeiro episódio.

No 1º episódio do podcast Embarquei, conversamos com o Jhansen Machado, guia de turismo da cidade de Curitiba no Paraná que compartilhou dicas sobre o lugar. Trazemos também mais dois destinos, Foz do Iguaçu no Paraná e Gramado no Rio Grande do Sul, através de experiências de dois convidados. Embarque nesta conversa com a gente!

Quer mandar uma sugestão para os próximos episódios?  
Entre em contato pelo @embarquei\_ no Instragam.

21 de mai. • 15min

Fonte: Spotify

**Figura 6-** Descrição do segundo episódio.

No 2º episódio do podcast Embarquei, recebemos a guia de turismo Kátia Valéria da cidade do Rio de Janeiro, que compartilhou dicas sobre o lugar. Trazemos também mais dois destinos, Manaus no estado do Amazonas e Lençóis Maranhenses no Maranhão, através de experiências de dois convidados. Dê o play e vem com a gente!

Quer mandar uma sugestão para os próximos episódios?  
Entre em contato pelo @embarquei\_ no Instragam.

21 de mai. • 19min

Fonte: Spotify

O Instragam que foi construído para uma atividade da disciplina de Mídias Digitais durante a graduação, com o intuito de publicações de conteúdos com informações de atrativos turísticos, serviu como motivação para idealizar o produto midiático podcast Embarquei. Utilizar os benefícios da mídia social, que é o Instragam, como uma função primordial para divulgação dos episódios do podcast, através das publicações e interações com os seguidores. Um canal de comunicação dando oportunidade de um relacionamento social com os ouvintes.

---

<sup>6</sup> Sobre o perfil: @embarquei\_

O Instragam segue a linha da logomarca no podcast, com função de manter a marca vinculada, com publicações de destinos, curiosidades, informações, enquetes que alimentam a interação com o público. Atualmente, possui 69 publicações e 405 seguidores.

**Figura 6-** Perfil do Instragam.



Fonte: Instragam

O podcast foi estruturado nos seguintes blocos:

<b>Apresentação e vinhetas de abertura</b>	Com BG, efeitos e vinhetas, o programa se inicia com uma acolhida ao ouvinte e informes sobre a temática do primeiro bloco.
<b>Bloco 01</b>	No primeiro bloco, teremos um bate-papo com um guia local do nosso destino principal, que é a cidade de Curitiba no Paraná, trazendo dicas e informações do local para os nossos ouvintes.
<b>Bloco 02</b>	Quadro de notícia direcionadas ao público alvo, com informações jornalísticas no seguimento do turismo.

<b>Bloco 03</b>	Traremos o quadro “Turistando”, com informações e dicas de mais dois destinos, através dos depoimentos de convidados, relatando sua viagem inesquecível feita no Brasil.
-----------------	--

Para produção desse podcast, fez-se necessário o conhecimento sobre as mídias digitais com o seu leque de funcionalidades, ferramentas e técnicas para divulgação.

Com orientação da Professora Verônica Oliveira, iniciou-se uma pesquisa de conhecimento sobre os temas abordados, seguida da ideia de estruturação do programa, de forma que resultasse em um produto leve e dinâmico. Com a estrutura montada, pensamos nos temas de cada programa, e nas participações que pudessem agregar conhecimento, além de compartilhar experiências com os ouvintes, para que, em seguida, fosse redigido os *scripts*.

Contamos ainda com a parceria de Giancarlo Galdino, técnico do Laboratório de Radiojornalismo da UEPB, responsável por toda a parte técnica do programa.

## 7.1 Mídias digitais e Mídias sonoras

Em tempos onde se fala tanto sobre a transformação proporcionada pelo avanço da tecnologia, observa-se uma grande importância deste, como instrumento estratégico para a comunicação. A tecnologia influencia aspectos da vida cotidiana, chegando a alterar a forma como o ser humano se relaciona. Para entender esse processo, é preciso compreender as mudanças da própria sociedade, seja na maneira de pensar, se relacionar ou se comunicar, assim como, a evolução dos dispositivos que provocaram parte dessas mudanças.

O uso das novas tecnologias no cotidiano das pessoas resultou em transformações nos hábitos e comportamentos da sociedade. O telégrafo, o telefone, o jornal, o rádio, a TV, cada um em seu tempo, deixaram marcas na história e nas relações humanas.

Com o avanço da internet, as pessoas começaram a enxergá-la como uma

mídia de grande impacto e relevância, passando a utilizá-la na busca por novos produtos e serviços, através de conteúdos já existentes.

A internet deixou de ser uma mídia para ser um ambiente. Uma brecha virtual no espaço – tempo no qual temos experiência de entretenimento, de troca e acúmulo de informações, de comunicação e de compras. Torna-se cada dia uma maneira de exercermos cada vez mais nossa cidadania, a nossa própria condição humana na era da informação e conhecimento. (VAZ, 2010, p. 415)

As novas mídias digitais e os avanços na internet trouxeram grandes questionamentos, causando mudanças nas práticas de diversas áreas, sobretudo, a da comunicação, permitindo às pessoas uma maior interatividade e liberando-as das limitações de espaço e tempo, tornando a comunicação mais flexível. Segundo Torres (2009, p. 241), “a mídia é o meio pelo qual a publicidade é veiculada”, hoje em dia ela se apresenta de várias formas, como sites, e-mail, blogs, redes sociais, podcast, entre outros. A utilização de múltiplas plataformas requer que os profissionais atribuam valor a todas elas para que, dessa forma, possam atingir o seu público-alvo e transmitir sua mensagem de forma abrangente. A interatividade é uma das características positivas das mídias digitais (PHILIP KOTLER, 2010).

As mídias surgem como mediatizadora, assumindo papel de informação e comunicação, sejam elas digitais ou sonoras. No contexto das mídias sonoras, encontramos o podcast, serviço de *streaming* que passou a ser considerado uma oportunidade de agregar novos conteúdos relevantes e chamativos na internet, além de possuir diferencial de poder ser ouvido em qualquer momento.

Segundo Rezende (2007)

[...] o *Podcast* permite ao usuário a condição de autonomia sobre o espaço e o tempo da audição, já que cabe ao usuário manipular o arquivo ainda que no sentido virtual. [...] A necessidade de exprimir-se, o desejo de ser percebido e despertar no outro sensações e emoções através da emissão sonora é que tem atraído um crescente número de pessoas para a produção dos *Podcasts*. Estes produtores empenham cuidado e pesquisa com trilhas, efeitos sonoros e matização vocal para fazer emergir suas produções em meio à entropia da Internet (REZENDE, 2007, p. 07-08),

Atualmente, o Brasil se configura como o segundo maior mercado de podcasts no mundo (BENETTON 2021).<sup>7</sup> Desde notícias breves a informativos e reportagens

---

<sup>7</sup> Disponível em <<https://benettoncomunicacao.com.br/pt/blog/quais-sao-os-10-podcasts-mais-ouvidos-no-brasil-1398/>> Acesso em 15 de mai. De 2021.

aprofundadas, os podcasts jornalísticos representam para a área da comunicação uma diversidade de maneiras para se contar histórias e promover a produção de sentidos dos ouvintes.

## 7.2 O que é Podcast?

Também chamado de “podcasting”, os podcasts são programas de áudio ou vídeo, que tem como característica principal, seu formato de distribuição direto e atemporal, que se utiliza da internet como suporte para seu funcionamento e propagação de suas mensagens. O termo “podcasting” que é a junção do prefixo “pod” (oriundo de Ipod) com o sufixo “casting”, (originado da expressão inglesa “broadcasting”, transmissão pública e massiva de informações) surgiu em fevereiro de 2004, sugerido pelo jornalista Ben Hammersley, no jornal britânico *The Guardian*. (LUIZ, 2014, p. 10).

O conceito de podcast surgiu após Adam Curry criar uma forma de transferir arquivos de áudio disponibilizados via RSS para agregador iTunes que, na época, era a única forma de alimentar conteúdo nos ipods (tocadores de mídia da Apple) a distribuição de arquivos de áudio não era algo relativamente novo, porém, a proposta de Adam era criar um formato que disponibilizasse periodicamente os programas que ele gravava, de forma que seus ouvintes fossem sempre avisados quando um novo conteúdo estivesse disponível para *download*, buscando oferecer ao público uma transmissão diferenciada de áudio, com programas personalizados, possibilitando aos ouvintes escolherem o que e quando queriam acessar determinado conteúdo.

Embora o podcast já tenha sido muitas vezes confundido com um programa de rádio, ou simplesmente como uma nova forma de *download* de áudio, os dois apresentam importantes características que os diferenciam. O rádio recebe esse nome por ser uma mídia transmitida por ampla difusão através de ondas de rádio, ou seja, radiodifusão, distribuindo seu conteúdo para o máximo de pessoas possíveis. Já o podcast é transmitido via podcasting, que é uma forma de transmissão de mídia via feedRSS, uma ferramenta de distribuição de conteúdo, que permite aos usuários automatizar o processo de buscado seu conteúdo favorito, segmentando a informação escolhida.

A começar pela forma de transmissão que, no rádio, é em fluxo, e no

podcasting é por demanda. Depois o modo de produção que, no podcasting é descentralizado e, no rádio é centralizado e institucionalizado. E ainda, os modelos de podcast, que, como vimos, podem ser, no máximo, uma metáfora, uma referência aos programas de rádio. Ao contrário do rádio, o podcasting não é difundido em broadcasting (MEDEIROS, 2006, p. 9).

Enquanto a emissão sonora tradicional coloca o público em sintonia com a esfera coletiva, o podcast permite que os ouvintes façam suas escolhas individuais, considerando suas preferências e disponibilidade de tempo.

Esse exercício de liberdade que o podcast oferece é uma boa forma de mostrar ao usuário o poder de suas ações e decisões. Ouvir um podcast não é como ouvir uma rádio: “o que será que está passando?”, mas é mais uma ferramenta criativa: “vou ouvir o que eu quero e quando quero”. (ASSIS apud FRANCO, 2014, p. 34).

Segundo Assis e Luiz (2010), o primeiro podcast a ser criado no Brasil, foi o Digital Minds em 20 de outubro de 2004. Segundo dados divulgados pelo Spotify (BENETTON, 2021)<sup>8</sup>, o Brasil é considerado o segundo maior mercado de podcasts no mundo, entre os gêneros mais escutados no estão: Sociedade & Cultura, Comédia, Educação, TV & Filmes, Notícias, Negócios, Música, Religião & Espiritualidade, Lazer e Esportes.

### **7.3 Jornalismo Especializado**

O jornalismo se alinha a uma série de práticas comunicativas, por isso, percorre em diferentes áreas para ser o intermediário do conhecimento. Permite a possibilidade para se pensar a questão midiática, como também permite pensar a comunicação além da mídia. Pode-se compreender que o jornalismo especializado possui uma responsabilidade social.

Como destaca Vera França, o jornalismo “[...] nasce da pulsão de falar o mundo, falar o outro, falar ao outro, da atração pela diferença, pela novidade, pelo distante; do enraizamento no mesmo, no próximo e em si que marcam a palavra humana desde sempre. Em síntese, o jornalismo faz parte do dizer social” (FRANÇA, 1998, p.26).

---

<sup>8</sup> Disponível em <<https://benettoncomunicacao.com.br/pt/blog/quais-sao-os-10-podcasts-mais-ouvidos-no-brasil-1398/>> Acesso em 15 de mai. De 2021.

O jornalismo sofreu modificações ao longo dos anos, frente a uma sociedade fragmentada em grupos com interesses e prioridades dissociados entre si. É nesse cenário que o perfil do jornalista sofre alterações, não basta só informar o que seja de relevância para a sociedade, pois as escolhas individuais prevalecem sobre o engajamento com a comunidade. Sendo assim, as publicações passam a seguir um critério de informação especializada, contribuindo para o desenvolvimento do jornalismo especializado.

A abordagem de um assunto específico ou a abordagem para um público segmentado sobre determinada temática, é considerado uma forma de encontrar a especialização da informação jornalística. Essa segmentação da notícia é conhecido como “jornalismo especializado”: “informação dirigida à cobertura de assuntos determinados e em função de certos públicos, dando a notícia em caráter específico.” (BAHIA, 1990, p.215).

Por meio de uma visão conceitual, o termo “jornalismo especializado” pode ser considerado como aquele que se particulariza em determinado assunto, segmentado a um nicho da sociedade. Cita Tavares:

Pensar em jornalismo especializado diz respeito a ter de buscar um consenso sobre três manifestações empíricas referentes às suas especializações. 1) A especialização pode estar associada a meios de comunicação específicos (jornalismo televisivo, radiofônico, ciberjornalismo etc) e 2) a temas (jornalismo econômico, ambiental, esportivo etc), ou pode estar associada 3) aos produtos resultantes da junção de ambos (jornalismo esportivo radiofônico, jornalismo cultural impresso etc). (TAVARES, 2009, p. 115)

O desenvolvimento do jornalismo segmentado acompanha as mudanças nas práticas de consumo de conteúdos, através dos hábitos da sociedade. Diante disso, se faz necessário constantes transformações de conteúdos, com notícias mais criativas e detalhadas.

O jornalismo especializado é uma necessidade social porque resulta do próprio desenvolvimento das relações em sociedade. É uma técnica de tratamento da notícia que se aperfeiçoa paralelamente à evolução dos meios de produção, das tecnologias industriais e comerciais, das aquisições culturais, das pesquisas e experiências científicas. (BAHIA apud CARVALHO, 2007, p. 12)

Uma característica do jornalismo especializado é a utilização de uma linguagem codificada, seja escrita ou falada, com utilização de expressões e termos comuns no vocabulário das pessoas interessadas na temática específica. Sendo assim, para



cada especialização há uma linguagem mais ou menos apropriada, um conteúdo mais restrito e um público mais seletivo. “Quanto mais específico o público, mais se pode particularizar a linguagem.” (LAGE, 2001, p.113).

Diariamente, os comunicadores são cobrados por um jornalismo especializado, com temas aprofundados. Assim, é de grande importância conhecer o público que procuram informações relativas à sua atividade, profissão, matéria de pesquisa ou lazer.

Por isso, é primordial que o jornalista busque atender as especificidades de cada segmento escolhido, e transmita a informação mais personalizada. E para isso, é necessário que esteja informado sobre os acontecimentos da temática no mundo todo.

#### **7.4 Jornalismo de Turismo**

Sabe-se que é possível explorar o segmento turístico em diversos aspectos, um deles está associado ao campo da comunicação. A atividade turística e a comunicação estão conectadas, sendo uma responsável pela realização da viagem e a outra por promover a informação. Segundo Godoy:

[...] turismo e comunicação são indissociáveis para o bom desenvolvimento da atividade, uma vez que é somente através da comunicação que o turista irá alcançar o produto que deseja consumir, além de obter variadas informações e novidades de consumo em turismo. Assim, a linguagem jornalística facilita a compreensão do consumidor acerca das informações pertinentes ao seu consumo turístico. Não somente é importante o enfoque promocional, mas também os aspectos técnicos do atrativo ou destinação turística, fato este que poderá muito ser administrado pela comunicação. (GODOY apud ZARDO, 2001, p.97)

Nesse contexto, o jornalismo se torna um elo para o turismo, uma vez que as práticas do jornalismo especializado têm o objetivo de informar, e o turismo usa dos meios de comunicação para se promover. Compreende-se assim, uma relação de comunicação entre profissionais da área e o público interessado pelo segmento.

O crescimento da literatura voltada ao Turismo também demonstra como se tem ampliado o desejo das pessoas em realizar viagens ao redor do mundo para conhecer culturas e lugares diferentes. Com essa grande movimentação em torno do Turismo, surgiu a necessidade da criação de veículos de comunicação para divulgar matérias de interesse daqueles que viajam ou que pensam em viajar. Cadernos de jornais, revistas, programas de TV e blogs tomaram espaço na mídia com essa finalidade, convergindo para a

denominação de um novo gênero: o jornalismo turístico. (MALDOS & BRASILEIRO, 2015, p. 131–132)

A finalidade do jornalismo de turismo não é apenas promover destinos, mas contribuir principalmente com informações para facilitar o planejamento de sua viagem. Tornando assim, esta informação um tipo de serviço turístico, por veicular informações a partir dos recursos do jornalismo especializado.

O produto turístico é composto, além dos atrativos, pelos serviços turísticos. O turista para poder usufruir de um atrativo turístico necessita consumir uma série de serviços. Alguns destes por atenderem exclusivamente ou preferencialmente turistas são classificados como turísticos. (IGNARRA, 1998, p. 54).

Com a intenção principal em informar, o jornalista pode usar da criatividade e criar conteúdo no segmento do jornalismo de turismo em diversas plataformas de comunicação, principalmente no campo das mídias digitais e sonoras. O importante é despertar a curiosidade do público em consumir o conteúdo, seja ele em qualquer formato. Com esse objetivo, é possível utilizar meios para explorar o empreendedorismo inovador no jornalismo em busca de novos caminhos, novas abordagens, novos públicos.

## **7.5 Empreendedorismo e o Jornalismo Digital**

Com a revolução tecnológica e sua crescente inovação, o jornalismo encontra no “digital”, uma maneira de reinventar diversas formas de informar. O mundo globalizado e informacional através do avanço da internet e das novas tecnologias da comunicação possibilitaram mudanças no mercado de trabalho em praticamente todas as áreas. Uma delas, a área jornalística, contribuindo para ampliar a visão do jornalista como empreendedor.

De acordo com Bortolanza (2011, p.44),

A alteração de rotinas jornalísticas atinge, de diferentes formas, mas de semelhante intensidade, tanto o consumidor (receptor) quanto o jornalista (emissor) e o proprietário de uma empresa de comunicação (gerenciador). Estamos em rede, e a internet permite a interação social, uma vez que o receptor, agora, também é leitor, ouvinte, telespectador, internauta, assinante e pode interagir, emitir sua opinião, corrigir dados, enviar fotos, vídeos e áudios.

Sendo assim, é possível encontrar no jornalismo digital uma oportunidade empreendedora, diante das inúmeras possibilidades encontradas nas mídias digitais.

O empreendedorismo surge para os profissionais do campo jornalístico, como uma alternativa econômica. Independente da estrutura midiática utilizada, é possível criar práticas inovadoras para empreender dentro da informação, reinventando o jornalismo como um modelo de negócio. Para Degen (1989, p. 10), “ser empreendedor significa ter, acima de tudo, a necessidade de realizar coisas novas, pôr em prática ideias próprias [...]. As pessoas que têm necessidade de realizar se destacam porque, independente de suas atividades, fazem com que as coisas aconteçam”.

Para Gomes (2003, p. 15), o empreendedor virtual

deve ser um indivíduo que possua todos os requisitos necessários para ser um empreendedor, com algumas qualidades mais evidentes, como gerenciamento de inovação, identificador de tendências, descobridor de nichos e principalmente deve conhecer muito bem o ramo em que atua.

Para se manter no meio digital, o empreendedor jornalista precisa se recriar, conhecer o mercado que pretende atuar, estabelecer uma comunicação com o público e com as novas formas de consumo diante da influência da internet sobre a sociedade e mercado de trabalho. O mundo está digitalizado e o jornalismo precisa seguir este fluxo para sobreviver.

## 8 PLANEJAMENTO E EXECUÇÃO

A produção deste projeto teve início no período letivo 2020.2, de forma remota, por conta da pandemia da Covid-19, a escolha por produzir um podcast voltado para a área do turismo surgiu do nosso interesse em comum sobre o assunto e pela vontade de executarmos esse projeto juntos. Na busca por um(a) orientador(a) que viesse a contribuir com a produção do nosso produto midiático, encontramos a professora Verônica Oliveira. Nossa primeira reunião de orientação, aconteceu em 19 de março de forma remota, por meio da plataforma Google Meet, na ocasião apresentamos à Verônica, nosso desejo em produzir um conteúdo voltado para o setor do turismo, ao pensar na mídia que usaríamos para transmitir esse conteúdo, nos surgiu a ideia de produzir um podcast.

A partir de então e em conjunto, demos início a construção do nosso projeto, com este já definido, começamos a executá-los, *scripts* e relatório simultaneamente, começando pelas pesquisas por embasamento teórico. No final do mês de março, começamos a formar a estrutura do nosso podcast. No decorrer das nossas reuniões semanais, a professora Verônica ia nos orientando e cobrando os resultados de acordo com o cronograma que definimos. No início de abril, apresentamos um primeiro esboço do *script*, com os temas de cada programa, divisão dos blocos e seus objetivos.

Durante a produção do *script* enfrentamos algumas dificuldades, a maior delas, executar um trabalho extremamente prático em meio a uma pandemia, todos os contatos realizados nesse período foram feitos de forma remota, por meio do aplicativo de mensagens WhatsApp. Outra dificuldade enfrentada, foi o não envio dos áudios pelos convidados no prazo estabelecido inicialmente, o que acabou, de certa forma, atrasando a produção do podcast. As vinhetas foram gravadas por Wanderson Lira, colega de profissão, que nos enviou os áudios pelo WhatsApp. Contudo, conseguimos finalizar os *scripts* dos dois episódios e fizemos contato via WhatsApp com Giancarlo, técnico do Laboratório de Radiojornalismo da UEPB, com o intuito de que ele pudesse nos auxiliar com a gravação do programa, que aconteceu no dia 18 de maio na UEPB e no dia seguinte a sua edição.

Com os dois episódios finalizados, utilizamos o agregador Anchor, para publicar os programas na plataforma Spotify, mídia escolhida para a divulgação do nosso produto.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente relatório teve por finalidade apresentar todos os procedimentos utilizados para elaboração desse projeto midiático, no formato de um podcast, o “Embarquei” tem como finalidade, abordar de maneira leve e dinâmica o tema turismo, trazendo ao ouvinte dicas, bate papo, experiências, notícias e relatos de viagens. Para a conclusão deste, foram produzidos dois episódios que encontram-se disponíveis na plataforma Spotify.

A divulgação deste podcast será feito através das plataformas Instagram e Facebook, onde já existe o perfil do “Embarquei”, a fim de facilitar a interação dos ouvintes, divulgar outros tipos de conteúdo sobre o universo do turismo e monetizar o Embarquei de forma indireta, para promover produtos e criar demandas entre os ouvintes. Outra maneira, seria vendendo patrocínios ou anúncios voltados para o segmento do turismo, dentro do programa, ou até mesmo vincular a nossa marca a uma empresa de turismo, como operadoras de viagem, rede hoteleira e órgãos públicos que queiram divulgar os atrativos turísticos da sua cidade no Embarquei, através de um programa específico.

O perfil Embarquei na plataforma Instagram será divulgar o nosso podcast, com o intuito de gerar interação com os nossos ouvintes. Até a finalização desse relatório nossa página dispunha de 69 publicações entre dicas de roteiros turísticos, curiosidades sobre os destinos, levando informações sobre o universo do turismo para os nossos cerca de 400 seguidores.

A produção deste podcast foi sem dúvidas um desafio para nós, pois nos deparamos no decorrer do percurso com várias dificuldades, tanto na execução dos *scripts*, quanto do relatório. A experiência que a produção desse trabalho de conclusão de curso nos trouxe foi muito enriquecedora, pois tivemos a oportunidade de colocar em prática parte do aprendizado adquirido ao longo da graduação. A pretensão de desenvolver esse projeto foi para nós uma experiência desafiadora, a qual valeu a pena se submeter e vislumbrar o seu resultado, executá-lo foi a reafirmação de que o êxito das produções será sempre dirigido por muita união, força de vontade e determinação.

Foram mais de cinco anos de preparação através de muito estudo e dedicação. Não foi fácil, mas chegamos ao fim.

## REFERÊNCIAS

ABPOD, Disponível em <[https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-Produtor-2020-2021\\_Abpod-Resultados.pdf](https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultados.pdf)> Acessado em 08 de mai. De 2021.

BENETTON. Quais são os 10 podcast mais ouvido do Brasil. disponível em: <https://benettoncomunicacao.com.br/pt/blog/quais-sao-os-10-podcasts-mais-ouvidos-no-brasil-1398/>. Acessado em: maio de 2021.

BORTOLANZA, F. Jornais brasileiros e suas estratégias para sobreviver diante da concorrência do jornalismo. 2011. Disponível em: [http://tede.pucrs.br/tde\\_busca/arquivo.php?codArquivo=3328](http://tede.pucrs.br/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=3328). Acessado em 24 de maio de 2021.

CETIC. Painel TIC COVID-19 aponta aumento do comércio eletrônico e das atividades culturais on-line durante a quarentena. Disponível em <<https://cetic.br/pt/noticia/painel-tic-covid-19-aponta-aumento-do-comercio-eletronico-e-das-atividades-culturais-on-line-durante-a-quarentena/>> Acesso em 23 de mai. De 2021.

DEGEN, R. J. O empreendedor: fundamentos da iniciativa empresarial. São Paulo: McGraw-Hill, 1989.

EXAME. Disponível em <<https://exame.com/tecnologia/com-foco-nos-podcasts-spotify-tem-crescimento-recorde-em-2020/>> Acesso em 08 de mai. De 2021.

FRANCO, D. "Podcast". In: SPYER, J. (Org). Para Entender a Internet: Noções, práticas e desafios da comunicação em rede. Disponível em: <http://paraentenderainternet.blogspot.com/>, Ebook, 2009.

GOMES, R. C. O. Empreendedor X E-Empreendedor. Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM), Faculdade Genecista de Campo Largo, v. 2, n. 1, p.1-17, maio 2003.

KOTLER, Philip. Marketing 3.0. Tradução de Ana Beatriz Rodrigues. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

LUIZ, Lucio. A história do podcast. In: LUIZ, Lucio (Org). Reflexões sobre o Podcast. Nova Iguaçu: Marsupial, 2014.

MEDEIROS, Macello Santos de. Podcasting: Um Antípoda Radiofônico. Anais do XXXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade de Brasília, 4 a 9 de setembro de 2006.

PANROTAS. Disponível em <[https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2020/12/wttc-elabora-relatorio-sobre-viajar-seguro-nesta-pandemia\\_178677.html](https://www.panrotas.com.br/mercado/economia-e-politica/2020/12/wttc-elabora-relatorio-sobre-viajar-seguro-nesta-pandemia_178677.html)>Acesso em 08 de mai. de 2021.

REZENDE, Djaine Damiani. Podcast. Reinvenção da comunicação sonora. In: XXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 29 ago./02 set., Santos. Anais [...]. Santos: Intercom, 2007.

TORRES, Cláudio. A Bíblia do Marketing Digital. São Paulo: Novatec Editora, 2009.

VAZ, Conrado Adolpho. Google Marketing: o guia definitivo de marketing digital. São Paulo: Novatec, 2010.

# APÊNDICE A: SCRIPT DO EPISÓDIO 01

## SCRIPT – PODCAST EMBARQUEI

POR: CARLA TAVARES E KENNEDY VASCONCELOS

EPISÓDIO 01 – “TURISTANDO PELO SUL DO BRASIL.”

**TEC: SOLTA ABERTURA –BG MÚSICA**

**TEC: DESCE BG**

**TEC VINHETA DE ABERTURA**

**LOC 1:** FALA PESSOAL, TUDO BEM?/ EU SOU KENNEDY VASCONCELOS/ E TÔ AQUI COM MINHA PARCEIRA CARLA TAVARES/ TUDO BOM, CARLA?//

**LOC 2:** TUDO BEM MEU CARO AMIGO KENNEDY/ VAMOS EMBARCAR?//

**LOC 1:** SIMBORA, CARLA/ ESSE É O PODCAST EMBARQUEI/ O NOSSO PODCAST DE VIAGEM PREFERIDO.//

**LOC 2:** E HOJE A GENTE VAI VIAJAR PARA O SUL DO BRASIL/ E VAMOS COMEÇAR FALANDO SOBRE UM DOS DESTINOS MAIS AMADOS PELOS TURISTAS/ QUE É CURITIBA, CAPITAL DO PARANÁ.//

**TEC VINHETA “COM VOCÊS AGORA, EMBARQUEI EM CURITIBA”**

**LOC 1:** NESTE QUADRO NÓS VAMOS FALAR QUAL A MELHOR ÉPOCA PARA SE VISITAR CURITIBA/ SEUS PONTOS TURÍSTICOS/ SUA CULINÁRIA/ E BATER UM PAPO COM QUEM ENTENDE DO ASSUNTO,/ TUDO ISSO, NO EPISÓDIO DE HOJE./ PARTIU CARLA?//

**LOC 2:** PARTIU KENNEDY!//

**TEC: BG**

**TEC VINHETA DE PASSAGEM (VOCÊ ESTÁ OUVINDO, EMBARQUEI, O SEU PODCAST DE VIAGEM PREFERIDO.)**

**LOC 2:** REUNINDO APROXIMADAMENTE VINTE E SEIS PARQUES/ EM UM



TOTAL DE OITENTA E UM MILHÕES DE METROS QUADRADOS DE ÁREAS VERDES/ CURITIBA É CONHECIDA COMO A CAPITAL ECOLÓGICA DO BRASIL.//

**LOC 1:** ESTAMOS AQUI COM O GUIA DE TURISMO JHANSEN MACHADO QUE HÁ VINTE ANOS RECEPCIONA TURISTAS NA CIDADE DE CURITIBA E VAI NOS DAR DICAS DE COMO APROVEITAR MELHOR O DESTINO.//

#### **TEC – ÁUDIO DE APRESENTAÇÃO (JHANSEN) – GUIA DE TURISMO**

**LOC 2:** CURITIBA SE DESTACA POR SER UMA CIDADE ORGANIZADA E POR OFERECER UMA BOA QUALIDADE DE VIDA,/ ELA É CONHECIDA TAMBÉM POR TER MAIS DIAS CHUVOSOS DO QUE LONDRES E AINDA SER UMA DAS MAIS GELADAS CAPITAIS BRASILEIRAS./ NA SUA OPINIÃO QUAL A MELHOR ÉPOCA PARA O TURISTA PROGRAMAR A SUA VIAGEM?//

#### **TEC – ÁUDIO – RESPOSTA 1 – GUIA CURITIBA**

**LOC 1:** AO ESCOLHER AONDE SE HOSPEDAR EM CURITIBA VOCÊ TAMBÉM IRÁ DETERMINAR O TIPO DE EXPERIÊNCIA QUE TERÁ NUMA CIDADE QUE É RICA EM ATRAÇÕES E TEM FORTE PERSONALIDADE./ PARA GARANTIR UMA BOA ESTADIA NO DESTINO, QUAL A SUA INDICAÇÃO JHANSEN?//

#### **TEC – ÁUDIO – RESPOSTA 2 – GUIA CURITIBA**

**LOC 2:** CURITIBA NOS ÚLTIMOS ANOS VOLTOU-SE PARA O TURISMO E TEM CRIADO BOAS MANEIRAS PARA ENTRETER OS VISITANTES,/ CANTINHOS DA CIDADE QUE PODERIAM FICAR RESTRITOS APENAS AO CONHECIMENTO DOS MORADORES, SE TORNARAM GRANDES ATRATIVOS,/ CONTA PRA GENTE QUE CANTINHOS SÃO ESSES, QUE NÃO PODEM FALTAR NO ROTEIRO DO TURISTA?//

#### **TEC – ÁUDIO – RESPOSTA 3 – GUIA CURITIBA**

**LOC 1:** VOCÊS SABIAM QUE A HISTÓRIA DE CURITIBA É FORMADA POR MUITOS IMIGRANTES? / POIS É! / ESPECIALMENTE JAPONESES, POLONESES E ITALIANOS./ TODOS ESSES POVOS INFLUENCIARAM BASTANTE NA GASTRONOMIA LOCAL/ E ESSA MISTURA RESULTOU EM DIVERSOS PRATOS TÍPICOS/ NA SUA OPINIÃO, QUAIS SABORES OS TURISTAS QUE VISITAM CURITIBA, NÃO PODEM DEIXAR DE PROVAR?//

#### **TEC – ÁUDIO – RESPOSTA 4 – GUIA CURITIBA**

**LOC 2:** PARA O TURISTA QUE DESEJA FAZER AQUELAS COMPRAS NO FINAL DA VIAGEM/ COM CERTEZA CURITIBA TEM MUITO A OFERECER/ CONTA PARA OS NOSSOS OUVINTES, QUAIS LOCAIS TEM PARADA OBRIGATÓRIA PARA UMA BOA EXPERIÊNCIA DE COMPRAS?

#### **TEC – ÁUDIO – RESPOSTA 5 – GUIA CURITIBA**

**LOC 1:** BOM, A GENTE TÁ AQUI TERMINANDO O NOSSO PAPO/ AGRADECEMOS AO JHANSEN PELA TROCA DE EXPERIÊNCIAS E DEIXAMOS A DICA PARA QUEM AINDA NÃO CONHECE CURITIBA, VALE A PENA CONHECER.//

**TEC: BG**

**TEC VINHETA DE PASSAGEM (VOCÊ ESTÁ OUVINDO, EMBARQUEI, O SEU PODCAST DE VIAGEM PREFERIDO.)**

**BLOCO 2:**

**LOC 2:** E AGORA VAMOS DE INFORMAÇÕES?//

**TEC: BG**

**TEC VINHETA “ESTÁ NO AR O EMBARQUEI NOTÍCIAS, O NOSSO GIRO DE NOTÍCIAS PARA VOCÊ FICAR BEM INFORMADO.”**

**TEC: BG (SOM DE “ATENÇÃO PASSAGEIROS”)**

**LOC 2: “TURISMO DIVULGA “PASSAPORTE” PARA OS IMUNIZADOS IREM A EVENTOS:**

**LOC 1:** O MINISTRO DO TURISMO, GILSON MACHADO, E O MINISTRO DA SAÚDE, MARCELO QUEIROGA, /SE REUNIRAM NO DIA SEIS DE ABRIL PARA DISCUTIR A CRISE DO TURISMO NO BRASIL PROVOCADA PELA PANDEMIA. /AO FINAL DA REUNIÃO, MACHADO AFIRMOU QUE, PARA DIMINUIR O BAQUE NO SETOR, FICOU ACORDADO UMA ESPÉCIE DE “PASSAPORTE” PARA OS IMUNIZADOS PODEREM FREQUENTAR EVENTOS. /DE ACORDO COM A PASTA, TUDO VAI FUNCIONAR POR MEIO DE UM APLICATIVO QUE JÁ EXISTE, O CONECTE SUS. / ELE AINDA AFIRMOU QUE O PROGRAMA VAI SER UM INSTRUMENTO PARA QUE OS PREFEITOS E GOVERNADORES POSSAM DECIDIR SE VÃO “LIBERAR QUEM JÁ FOI VACINADO”. / TÁ AÍ NÉ, UMA BOA INICIATIVA PARA A RETOMADA DO TURISMO DE EVENTOS NO BRASIL.

**TEC: BG (SOM DE “ATENÇÃO PASSAGEIROS”)**

**LOC 1: AUTORIZADA A LICITAÇÃO PARA CONSTRUÇÃO DO NOVO AEROPORTO DA SERRA GAÚCHA:**

**LOC 2:**A SECRETARIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL DO MINISTÉRIO DA INFRAESTRUTURA AUTORIZOU O MUNICÍPIO DE CAXIAS DO SUL, NO RIO GRANDE DO SUL,/ A REALIZAR LICITAÇÃO PARA CONTRATAÇÃO DO PROJETO DE CONSTRUÇÃO DO NOVO AEROPORTO REGIONAL DA SERRA GAÚCHA, NO DISTRITO DE VILA OLIVA./ A REGIÃO É ATENDIDA ATUALMENTE PELO AEROPORTO HUGO CANTERGIANI, QUE TERÁ SUA OPERAÇÃO ENCERRADA EM BREVE. //

**TEC: BG (SOM DE “ATENÇÃO PASSAGEIROS”)**

**LOC2: BALNEÁRIO CAMBORIÚ PASSA A FAZER PARTE DE ROTEIRO TURÍSTICO RODOVIÁRIO.**

**LOC 1:** É ISSO AÍ, BALNEÁRIO CAMBORIÚ AGORA FAZ PARTE DE UM NOVO ROTEIRO TURÍSTICO PELO SUL DO BRASIL, A SER PERCORRIDO DE ÔNIBUS./ O PROJETO TRAVEL IN BRAZIL, INCLUIU A CIDADE NA PROGRAMAÇÃO CHAMADA EUROPA BRASILEIRA,/ QUE INCLUI MAIS DEZ CIDADES./ AS VIAGENS TERÃO GUIA DE TURISMO E SAÍDA GARANTIDA COM, NO MÍNIMO, DOIS PASSAGEIROS,/ UM DOS DIFERENCIAIS É QUE ELAS NÃO OCORRERÃO A NOITE,/ POIS A INTENÇÃO É DE QUE O TURISTA APROVEITE AS PAISAGENS PELO CAMINHO,/ UMA BOA OPORTUNIDADE PARA CONHECER UM POUCO DA HISTÓRIA DO BRASIL, SOBRE A ESCRAVATURA E A IMIGRAÇÃO EUROPÉIA.//

**TEC: BG (SOM DE “ATENÇÃO PASSAGEIROS”)**

**LOC1: ITAPEMIRIM CUMPRE EXIGÊNCIAS DA ANAC E VAI OPERAR COMO EMPRESA AÉREA:**

**LOC 2:** A ITAPEMIRIM TRANSPORTES AÉREOS ,FOI APROVADA NO PROCESSO DE CERTIFICAÇÃO JUNTO A AGÊNCIA NACIONAL DE AVIAÇÃO CIVIL (ANAC)./ COM ISSO, GANHA CONCESSÃO PARA OPERAR VÔOS COMERCIAIS DE PASSAGEIROS EM TODO TERRÍTORIO NACIONAL./ O INÍCIO DAS VENDAS DAS PASSAGENS AÉREAS DEVEM COMEÇAR EM BREVE,/ ASSIM COMO, SERÁ DIVULGADA A DATA DE INÍCIO DOS PRIMEIROS VÔOS COMERCIAIS E AS ROTAS QUE A ITAPEMIRIM IRÁ OPERAR./ COM CERTEZA, MAIS UM MARCO IMPORTANTE DENTRO DA HISTÓRIA DA AVIAÇÃO CIVIL BRASILEIRA.//

**TEC: BG (SOM DE “ATENÇÃO PASSAGEIROS”)**

**TEC: BG**

**TEC VINHETA “ESSE FOI O EMBARQUEI NOTÍCIAS, FIQUE AGORA COM O QUADRO TURISTANDO.//**

**LOC1:** FALA GALERA! TÁ COMEÇANDO AGORA O NOSSO QUADRO TURISTANDO, / E POR FALAR EM TURISTAR, BATE AQUELA SAUDADE DE VIAJAR, NÃO É MESMO CARLA?//

**LOC2:** VERDADE, KENNEDY!/ E LEMBRAR DAS NOSSAS MELHORES VIAGENS É SEMPRE UM PRAZER,/ MESMO OS MAIS EXPERIENTES VIAJANTES SEMPRE TÊM AQUELES LUGARES DE QUE NUNCA ESQUECEM,/ POR ISSO CONVIDAMOS ALGUMAS PESSOAS PARA FAZER UM RELATO DA SUA VIAGEM INESQUECÍVEL FEITA NO BRASIL.//

**LOC1:** UM DOS DESTINOS MAIS PROCURADO NO BRASIL, É FOZ DO IGUAÇU, NO PARANÁ./ QUE TEM COMO ATRATIVO PRINCIPAL O PARQUE NACIONAL DO IGUAÇU,/ QUE MESMO NA PANDEMIA DA COVID DEZENOVE, RECEBEU NOS TRÊS PRIMEIROS DIAS DE DOIS MIL E VINTE E UM, APROXIMADAMENTE DEZESSEIS MIL VISITANTES,/ O PARQUE É CONSIDERADO UMA DAS SETE MARAVILHAS NATURAIS DO MUNDO./ NÃO É A TÔA QUE FOI O DESTINO ESCOLHIDO COMO VIAGEM INESQUECÍVEL PELO PROFESSOR DE LÍNGUA INGLESA, LUCIANO LEAL.//

### **TEC – ÁUDIO – DEPOIMENTO LUCIANO LEAL**

### **TEC: BG – SOM DE MENSAGEM**

**LOC2:** O PARQUE NACIONAL DO IGUAÇU É ABERTO PARA VISITAÇÃO PÚBLICA DE TERÇA A DOMINGO, DAS NOVE ÀS DEZESSEIS HORAS,/ O INGRESSO PARA BRASILEIROS ADULTOS, CUSTA CINQUENTA REAIS,/ PARA CRIANÇAS ATÉ ONZE ANOS E IDOSOS A PARTIR DE SESENTA ANOS, CUSTA QUATORZE REAIS./ É POSSÍVEL GARANTIR O INGRESSO ANTECIPADO ATRAVÉS DO SITE [WWW.CATARATASDOIGUAÇU.COM.BR](http://WWW.CATARATASDOIGUAÇU.COM.BR).//

**LOC1:** DE FATO, FOZ DO IGUAÇU É UM DESTINO APAIXONANTE POR FAZER

O TURISTA VIVER RARAS EXPERIÊNCIAS DE CONTATO COM A NATUREZA, NO MAIOR CONJUNTO DE QUEDAS D'ÁGUA DO MUNDO./ CONSIDERADO PATRIMÔNIO NATURAL DA HUMANIDADE.//

**LOC2:** E POR FALAR EM DESTINO APAIXONANTE, OUTRO ROTEIRO PERFEITO É A SERRA GAÚCHA,/ NAS CIDADES DE GRAMADO E CANELA,/ ALÉM DE PAISAGENS NATURAIS MARAVILHOSAS, O VISITANTE AINDA ENCONTRARÁ UMA SÉRIE DE PASSEIOS INESQUECÍVEIS,/ É O QUE NOS CONFIRMA ROSEMERE NASCIMENTO, DIRETORA DE UMA AGÊNCIA DE VIAGENS.//

### **TEC – ÁUDIO – DEPOIMENTO ROSEMERE NASCIMENTO**

### **TEC: BG – SOM DE MENSAGEM**

**LOC1:** PARA COMPLETAR OS MOMENTOS INESQUECÍVEIS NA SERRA GAÚCHA, O TURISTA DEVE EXPERIMENTAR O PRATO TIPICAMENTE SUÍCO, QUE COMBINA BASTANTE COM AS NOITES FRIAS DO DESTINO./ UMA TRADICIONAL SEQUÊNCIA COM FONDUE DE QUEIJO,/ ACOMPANHADO COM PÃES E BATATAS COZIDAS,/ SEGUIDO DE CARNES E FINALIZANDO COM O FONDUE DE CHOCOLATE, QUE É SERVIDO COM VARIEDADES DE FRUTAS DA ESTAÇÃO./ O PREÇO DE UMA SEQUÊNCIA DE FONDUE ESTÁ ENTRE CINQUENTA A DUZENTOS E CINQUENTA REAIS POR PESSOA./ SEM DÚVIDAS, UMA VERDADEIRA EXPERIÊNCIA GASTRONÔMICA.//

### **TEC: BG**

**LOC2:** QUE BOM OUVIR ESSES DEPOIMENTOS! / FICA AQUI O NOSSO AGRADECIMENTO A TODOS QUE NOS ACOMPANHARAM E ATÉ O NOSSO PRÓXIMO EPISÓDIO DO PODCAST EMBARQUEI, TCHAU PESSOAL.//

**LOC1:** ESSE PODCAST FOI PRODUZIDO POR MIM, KENNEDY VASCONCELOS E POR CARLA TAVARES,/ COM A SUPERVISÃO DA PROFESSORA VERÔNICA OLIVEIRA E TÉCNICA DE GIANCARLO ./ TCHAU E ATÉ A PRÓXIMA.//

**TEC: SOBE BG**

## **APÊNDICE B: SCRIPT DO EPISÓDIO 02**

**SCRIPT – PODCAST EMBARQUEI  
POR: CARLA TAVARES E KENNEDY VASCONCELOS**

EPISÓDIO 02 - “Três destinos: Rio de Janeiro, Manaus e Lençóis Maranhenses.”

**TEC: SOLTA ABERTURA - MÚSICA**

**TEC: DESCE BG**

**TEC VINHETA DE ABERTURA**

**LOC 1:** OI PESSOAL, TUDO BEM?/ EU SOU KENNEDY VASCONCELOS.// **LOC 2:**  
E EU SOU CARLA TAVARES.//

**LOC 1:** ESSE É O PODCAST EMBARQUEI/ O NOSSO PODCAST DE VIAGEM  
PREFERIDO.//

**LOC 2:** E O NOSSO PRINCIPAL DESTINO DE HOJE, É A CIDADE CONHECIDA  
COMO MARAVILHOSA, É ISSO MESMO PESSOAL, NÓS VAMOS VIAJAR PARA O  
RIO DE JANEIRO.//

**TEC VINHETA “COM VOCÊS AGORA, EMBARQUEI NO RIO DE JANEIRO”**

**LOC 1:** DO PRIMEIRO AO ÚLTIMO MINUTO DO ANO, NÃO FALTA O QUE FAZER,/ O QUE VISITAR E O QUE REVER NA CIDADE DO RIO DE JANEIRO,/ NÃO É POR ACASO QUE OSTENTA O TÍTULO DE MARAVILHOSA./ ENTÃO NO EPISÓDIO DE HOJE, VAMOS CONVERSAR COM UMA CARIOCA DA GEMA E EMBARCAR NAS BELEZAS DA CIDADE CHEIA DE ENCANTOS MIL.//

**TEC: BG**

**TEC VINHETA DE PASSAGEM (VOCÊ ESTÁ OUVINDO, EMBARQUEI, O SEU PODCAST DE VIAGEM PREFERIDO.)**

**TEC: SOBE BG – MÚSICA BOSSA NOVA****TEC: DESCE BG**

**LOC 2:** COMO DIZ O REFRÃO DA CANÇÃO DE GIL: “O RIO DE JANEIRO CONTINUA LINDO”,/ A CAPITAL FLUMINENSE ESTÁ ENTRE OS MELHORES DESTINOS DE VIAGEM DO MUNDO,/ COM SEUS ENCANTOS EM QUALQUER ÉPOCA DO ANO E PROGRAMAS PARA OS MAIS VARIADOS GOSTOS.//

**LOC 1:** CONVIDAMOS A GUIA DE TURISMO KÁTIA VALÉRIA,/ QUE HÁ OITO ANOS, RECEBE NO RIO, TURISTAS DO MUNDO INTEIRO./ E VAI NOS FALAR UM POUCO DA CIDADE.//

**TEC – ÁUDIO DE APRESENTAÇÃO (KÁTIA) – GUIA DE TURISMO**

**LOC 2:** O RIO DE JANEIRO É A CARA DO BRASIL,/ CONHECIDA NO EXTERIOR COMO A CIDADE DE UM POVO QUE GOSTA DE SOL, PRAIA, FUTEBOL E SAMBA./ PARA QUEM TEM O SONHO DE CONHECER ESSE PARAÍSO, QUAL MELHOR ÉPOCA DO ANO PARA PROGRAMAR UMA VISITA?//

**TEC – ÁUDIO – RESPOSTA 1 – GUIA - RIO DE JANEIRO**

**LOC 1:** NO RIO EXISTEM INÚMERAS PRAIAS E PONTOS TURÍSTICOS QUE LEVAM OS VISITANTES A CURTIR AS ALTAS TEMPORADAS DA CIDADE, (É O FAMOSO RIO QUARENTA GRAUS!)./ KÁTIA, COMO GUIA DE TURISMO, QUAIS OS PRINCIPAIS LUGARES QUE VOCÊ INDICARIA?//

**TEC – ÁUDIO – RESPOSTA 2 – GUIA - RIO DE JANEIRO**



**LOC 2:** EXISTEM VÁRIAS OPÇÕES DE HOSPEDAGEM NO RIO DE JANEIRO,/ VOCÊ PODE FICAR EM HOTEL, RESORT, POUSADA, HOSTEL OU ATÉ MESMO EM CASAS DE TEMPORADA./ QUERIAMOS A SUA SUGESTÃO SOBRE QUAL LOCALIDADE MAIS INDICADA PARA O VISITANTE APROVEITAR A CIDADE?//

### **TEC – ÁUDIO – RESPOSTA 3 – GUIA - RIO DE JANEIRO**

**LOC 1:** A GASTRONOMIA CARIOCA SE DESTACA COM A TÍPICA COMIDA BRASILEIRA, PRINCIPALMENTE A FEIJOADA,/ QUE QUANDO UNIDA A UMA BELA CAIPIRINHA FAZ A FESTA DE MUITOS TURISTAS. / VOCÊ COMO UMA CARIOCA RAIZ, DEIXE AQUI SUAS DICAS DE RESTAURANTES QUE IRÁ FAZER OS TURISTAS VIAJAREM EM UM SABOR DE EMOÇÕES.//

### **TEC – ÁUDIO – RESPOSTA 4 – GUIA - RIO DE JANEIRO**

**LOC 2:** PARA FINALIZAR NOSSO BATE PAPO, QUAL A PALAVRA DE SENTIMENTO QUE VOCÊ MAIS OUVI DOS TURISTAS AO FINAL DE CADA PASSEIO?//

### **TEC – ÁUDIO – RESPOSTA 5 – GUIA - RIO DE JANEIRO**

**LOC 1:** É ISSO AÍ PESSOAL, COMO DIZ A CANÇÃO DO TIM MAIA: “DO LEME AO PONTAL, NÃO HÁ NADA IGUAL.”/ PARA QUEM AINDA NÃO CONHECE O RIO, VALE A PENA PROGRAMAR UMA VISITA E APROVEITAR AS DICAS PARA UMA VIAGEM PERFEITA./ AGRADECEMOS A PARTICIPAÇÃO DA GUIA DE TURISMO, KÁTIA VALÉRIA E ATÉ O PRÓXIMO DESTINO.//

**TEC: BG**

**TEC VINHETA DE PASSAGEM (VOCÊ ESTÁ OUVINDO, EMBARQUEI, O SEU PODCAST DE VIAGEM PREFERIDO.)**

**BLOCO 2:**

**LOC 2:** E VAMOS EMBARCAR AGORA NAS NOTÍCIAS DE HOJE?//

**TEC: BG**

**TEC VINHETA “ESTÁ NO AR O EMBARQUEI NOTÍCIAS, O NOSSO GIRO DE NOTÍCIAS PARA VOCÊ FICAR BEM INFORMADO.//**

**TEC: BG (SOM DE “ATENÇÃO PASSAGEIROS”)**

**LOC 2: “AGÊNCIA DE TURISMO PROMOVE VISITAÇÃO ONLINE NA AMAZÔNIA.”**

**LOC 1:** A COMUNIDADE NOVA ESPERANÇA, EM PARCERIA COM A AGÊNCIA DE TURISMO BRAZILIANDO, ESTÁ PROMOVENDO VIAGENS ONLINE POR MEIO DA PLATAFORMA, “A CONEXÃO BARÉ”. / AS VIAGENS VIRTUAIS COM CERCA DE DUAS HORAS DE DURAÇÃO ACONTECEM COM OFERTA DE MATERIAIS DE IMERSÃO DA CULTURA LOCAL, DIAS ANTES DO EMBARQUE. / NO DIA MARCADO, O VIAJANTE ENTRA NA PLATAFORMA DE VIDEOCONFERÊNCIA, SE APRESENTA E PARTICIPA DE UM SOBREVOO PELA FLORESTA, / UM PASSEIO POR MANAUS E NAVEGAÇÃO PELOS RIOS NEGRO E CUIEIRAS ATÉ SE CONECTAREM COM OS ANFITRIÕES./ QUE LEGAL!/ A TECNOLOGIA SENDO USADA PARA APROXIMAR O TURISTA DO SEU DESTINO, ANTES MESMO DE CHEGAR ATÉ ELE.//

**TEC: BG (SOM DE “ATENÇÃO PASSAGEIROS”)**

**LOC 1: “RIO DE JANEIRO PLANEJA VACINAÇÃO PRIORITÁRIA PARA GUIAS DE TURISMO.”**

**LOC 2:** A ASSEMBLÉIA LEGISLATIVA DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, / APROVOU UM PROJETO DE LEI QUE INSERE OS PROFISSIONAIS DO TURISMO NA LISTA DE PRIORIDADES DE VACINAÇÃO CONTRA A COVID DEZENOVE / O TEXTO SEGUIRÁ PARA O GOVERNADOR EM EXERCÍCIO, QUE TEM ATÉ QUINZE DIAS ÚTEIS PARA SANCIONÁ-LO OU VETÁ-LO. / A PROPOSTA ENGLOBA OS GUIAS DE TURISMO, AGENTES DE VIAGENS, PROFISSIONAIS DA

HOTELARIA, EVENTOS E CONGRESSOS, MOTORISTAS DE TURISMO E DEMAIS PROFISSIONAIS DO SETOR. / A MEDIDA SÓ SERÁ APLICADA QUANDO HOVER DOSES SUFICIENTES E RESPEITANDO A ORDEM DE PRIORIDADE DO MINISTÉRIO DA SAÚDE.//

**TEC: BG (SOM DE “ATENÇÃO PASSAGEIROS”)**

**LOC2: “NOVO NORMAL EM VIAGENS: COMO VIAJAR COM SEGURANÇA.”**

**LOC 1:** ESTAMOS PASSANDO POR UM MOMENTO ATÍPICO EM TODO O MUNDO E MUITAS DÚVIDAS SURGEM COM A INSTABILIDADE QUE A PANDEMIA DO NOVO CORONAVÍRUS VEM CAUSANDO, / PARA VIAJAR DURANTE A PANDEMIA, OS CUIDADOS EM RELAÇÃO AO DISTANCIAMENTO SOCIAL, HIGIENE FREQUENTE DAS MÃOS E O USO DE MÁSCARA SÃO FUNDAMENTAIS, INDEPENDENTE DO LUGAR A SER VISITADO./ AS COMPANHIAS AÉREAS ESTÃO RETOMANDO AOS POUCOS VOOS ENTRE OS PRINCIPAIS DESTINOS NACIONAIS E INTERNACIONAIS. / PORÉM, AINDA EXISTEM DESAFIOS PARA QUEM OPTA VIAJAR DE AVIÃO NA PANDEMIA. / A GRANDE PREOCUPAÇÃO É A CIRCULAÇÃO DE OXIGÊNIO DENTRO DAS AERONAVES. / MUITAS COMPANHIAS AÉREAS ESTÃO UTILIZANDO FILTRO DE AR COM A TECNOLOGIA HEPA, QUE AJUDA NA RENOVAÇÃO DO AR. / O SISTEMA FUNCIONA RETIRANDO O AR DA AERONAVE E MISTURANDO COM OXIGÊNIO RECICLADO ANTES DE LANÇÁ-LO DE VOLTA DENTRO DA CABINE, POR MEIO DE EXAUSTORES INSTALADOS NO CHÃO. / O PROCESSO GARANTE A LIMPEZA DO AR, MAS NÃO PREVINE CEM PORCENTO A CONTAMINAÇÃO.//

**TEC: BG (SOM DE “ATENÇÃO PASSAGEIROS”)**

**TEC: BG**

**TEC VINHETA “ESSE FOI O EMBARQUEI NOTÍCIAS, FIQUE AGORA COM O QUADRO TURISTANDO.//**

**LOC2:** OI PESSOAL, TÁ COMEÇANDO AGORA O NOSSO QUADRO TURISTANDO. / QUE VIAJAR É TUDO DE BOM, PRATICAMENTE TODO MUNDO

CONCORDA,/ MAS EXISTEM AQUELAS VIAGENS INESQUECÍVEIS QUE TEM UM ESPAÇO RESERVADO NA MEMÓRIA E NO CORAÇÃO./ SEJA PELA COMIDA, PELOS CENÁRIOS OU PELA CULTURA, QUANDO ALGUNS DESTINOS VÊM À CABEÇA, UMA COISA É FATO: VÃO ARRANCAR MUITOS SUSPIROS DE SAUDADE OU DE DESEJO./ POR ISSO, CONVIDAMOS ALGUMAS PESSOAS PARA FAZER UM RELATO SOBRE SUA VIAGEM INESQUECÍVEL FEITA NO BRASIL.//

**LOC1:** UM DOS LUGARES MAIS BELOS DO BRASIL, SÃO OS LENÇÓIS MARANHENSES, QUE ENCANTAM OS TURISTAS COM SUAS LAGOAS ENTRE AS DUNAS,/ O PARQUE NACIONAL DOS LENÇÓIS FORMA UM CENÁRIO ÚNICO NO MUNDO E É IMPOSSÍVEL NÃO FICAR DESLUMBRADO COM ESSA PAISAGEM./ ESSE FOI O DESTINO INESQUECÍVEL DA PROFESSORA MARIA AUXILIADORA BEZERRA.//

### **TEC – ÁUDIO – DEPOIMENTO MARIA AUXILIADORA**

#### **TEC: BG – SOM DE MENSAGEM**

**LOC2:** VOCÊ SABIA QUE O PARQUE DOS LENÇÓIS MARANHENSES TEM CENTO E CINQUENTA E CINCO MIL HECTARES?POIS É! SÃO MIL QUINHENTOS E CINQUENTA QUILOMETROS QUADRADOS. /É ISSO AÍ PESSOAL, MAL DÁ PARA TER IDÉIA DO QUE É TUDO ISSO, É DUNA QUE NÃO ACABA MAIS. / SERIA POSSÍVEL COLOCAR A CIDADE INTEIRA DE SÃO PAULO DENTRO DO PARQUE.//

**LOC1:** E TEM MAIS,NA ÉPOCA DE CHEIAS, ENTRE JANEIRO E MARÇO, O PARQUE CHEGA A FICAR COM MAIS DE TRINTA E SEIS MIL LAGOAS EM TODA A SUA EXTENSÃO.// COM CERTEZA, UM DESTINO FASCINANTE.//

**LOC2:** OUTRO DESTINO FASCINANTE PARA SE CONHECER, É A CIDADE DE MANAUS, FAMOSA PELA BIODIVERSIDADE DA FLORESTA AMAZÔNICA, / COM RIOS RECHEADOS DE PEIXES E MATAS ONDE CORREM OS ANIMAIS, A CAPITAL MANAUARA ENVOLVE MUITAS SURPRESAS./ FORAM OS ENCANTOS

DESTE LUGAR, QUE TORNARAM A VIAGEM DE ROSEMERE NASCIMENTO À MANAUS, INESQUECÍVEL.//

### **TEC – ÁUDIO – DEPOIMENTO ROSEMERE NASCIMENTO**

#### **TEC: BG – SOM DE MENSAGEM**

**LOC1:** UM PASSEIO IDEAL PARA AQUELES QUE VISITAM MANAUS É CONHECER O ENCONTRO DAS ÁGUAS QUE ACONTECEM NO RIO NEGRO E RIO SOLIMÕES./ O FAMOSO FENÔMENO QUE CRUZA OS DOIS RIOS SEM QUE AS SUAS ÁGUAS SE MISTUREM, TORNA-SE UMA EXPERIÊNCIA QUE ENCANTA A TODOS./ O CUSTO DESSE PASSEIO POR PESSOA É DE APROXIMADAMENTE CENTO E TRINTA E CINCO REAIS, COM ALMOÇO INCLUSO.//

**LOC2:** EXPLORAR MANAUS É COMO DESCOBRIR UM NOVO PAÍS, / COM A VANTAGEM DE SER NOSSA TERRA, NOSSO POVO.//

#### **TEC: DESCE BG**

**LOC1:** QUE BACANA CONHECER NOVOS DESTINOS ATRAVÉS DESSES DEPOIMENTOS,/ VAMOS FICANDO POR AQUI, AGRADECEMOS A TODOS QUE NOS ACOMPANHARAM, E ATÉ O NOSSO PRÓXIMO EPISÓDIO DO PODCAST EMBARQUEI.//

**LOC2:** ESSE PODCAST FOI PRODUZIDO POR MIM, CARLA TAVARES E POR KENNEDY VASCONCELOS / COM A SUPERVISÃO DA PROFESSORA VERÔNICA OLIVEIRA E TÉCNICA DE GIANCARLO./ TCHAU E ATÉ A PRÓXIMA.//

#### **TEC: SOBE BG**