



DA TEORIA A PRÁTICA: EXPERIÊNCIA DO PROJETO DE EXTENSÃO PODCAST ECONOMIA EXPLICA

Eduarda de Jesus França Ferreira¹
 João Victor Marques Barreto²
 Maria Elza de Andrade³

RESUMO

Este artigo apresenta um relato de experiência de um projeto de extensão que visa à produção de *podcasts*, com o intuito de abordar temas de empreendedorismo e economia. O projeto foi aprovado no Programa de Bolsas de Extensão (PIBEX) da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, no ano de 2022, e está vinculado ao Departamento de Economia da Faculdade de Ciências Econômicas em Mossoró. Por meio das redes sociais, especificamente a plataforma *Instagram*, foram divulgados os episódios que, por sua vez, foram postados no *Spotify*. Além do resultado positivo observado na carreira acadêmica dos alunos envolvidos, que aprimoraram a capacidade comunicativa e de pesquisa, o projeto contribuiu para disseminar informações, suprimindo assim uma necessidade da comunidade interessada em empreender.

PALAVRAS-CHAVE: Economia; Empreendedorismo; *Podcast*.

¹ Graduada em Economia na Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. eduardajesus@alu.uern.br.

² Graduado em Economia na Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. victormarques@alu.uern.br

³ Professora da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte. Doutora em Economia. elzaandrade@uern.br





FROM THEORY TO PRACTICE: AN EXPERIENCE REPORT FROM THE EXTENSIONIST PROJECT "THE ECONOMY EXPLAINS" PODCAST

ABSTRACT

This article presents an experience report on an extension project aimed at producing podcasts with the purpose of addressing entrepreneurship and economics topics. The project was approved under the Extension Scholarships Program (PIBEX) at the State University of Rio Grande do Norte in 2022 and is affiliated with the Department of Economics at the Faculty of Economic Sciences in Mossoró. Through social media, specifically on the Instagram platform, the episodes were promoted and posted on Spotify. In addition to the positive results observed in the academic careers of those students involved, who improved their communicative and research skills, the project contributed to disseminating information, thus addressing a need within the community interested in entrepreneurship.

KEYWORDS: Economy; Entrepreneurship; Podcast.

1 INTRODUÇÃO

Avelar, Prata e Martins (2018, p.1) explicam que o termo "*podcast*" surgiu como um neologismo a partir da junção das palavras "*pod*" e "*cast*". A palavra "*pod*" é derivada do tocador de MP3 da *Apple*, o *iPod*, que popularizou o consumo de conteúdo de áudio. Já o termo "*cast*" faz referência à transmissão de conteúdo, especialmente no contexto do rádio e da televisão.

Os *podcasts* são ferramentas de mensagens acessíveis e versáteis. De Quadros (2019) afirma que os *podcasts* ganharam popularidade por sua flexibilidade e capacidade de adaptação ao cotidiano das pessoas. Com a capacidade de consumir conteúdo junto com outras atividades, como trabalho ou exercícios, os *podcasts* são uma maneira eficaz de comunicar sobre tópicos complexos, como empreendedorismo e finanças.

Com o advento da popularidade dos *smartphones* e o acesso mais acessível a redes de dados móveis, Vicente (2018) observa que houve uma mudança significativa no consumo de *podcasts*. Anteriormente, os ouvintes costumavam fazer o *download* de arquivos para ouvir em seus dispositivos, porém, com as melhorias tecnológicas e os preços mais baixos dos planos de dados móveis, o *streaming* de áudio passou a ser a forma predominante de consumo.

Essa transição trouxe consigo a necessidade de plataformas de distribuição e agregadores de *podcasts*. Embora a distribuição ainda ocorra por meio de *sites* dedicados e aplicativos específicos, houve um movimento para





que os *podcasts* também sejam disponibilizados em plataformas de *streaming* de música populares, como *Spotify* e *Deezer*. Essas plataformas reconheceram o potencial do mercado de *podcasts* e começaram a investir na produção e divulgação desse tipo de conteúdo.

Segundo pesquisa Ibope (2020), 28 milhões de pessoas consumiram *podcasts* com regularidade em 2020 e cerca de 50 milhões já consumiram *podcast* em algum momento. A conveniência é um dos motivos para a popularização dos *podcast*, sendo que 44% dos brasileiros ouvem programas durante a realização das atividades domésticas. Para 43% dos entrevistados a frequência de consumo é de três vezes por semana. A referida pesquisa, também destaca que os *podcasts* em áudio de curta duração (até 30min) é a preferência de 52% dos entrevistados, além de que 66% afirmaram que o interesse pelo assunto e o objetivo de aprender e adquirir conhecimento é um dos motivos que os tornam fiéis aos programas de *podcast*.

Também, segundo o Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (CETIC, 2022), 61% da população do Brasil assistiu vídeos pela *internet* em 2021, 29,5% assistem vídeos em busca de tutoriais ou videoaulas e 22,6% buscam conhecimento sobre temas variados. Esses números destacam o alcance desse tipo de mídia e sua possibilidade de aplicação não só para entretenimento, mas também para aprendizagem e conhecimento.

2 RELATO DA EXPERIÊNCIA

O projeto Economia Explica foi aprovado no Programa de bolsas de extensão (PIBEX) da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte e está vinculado ao Departamento de Economia da Faculdade de Ciências Econômicas em Mossoró. A equipe inicialmente era composta por três docentes, dois discentes e dois membros externos. Ao longo do desenvolvimento foram integrados mais dois alunos. Nosso relato de experiência corresponde a primeira edição do Economia Explica, que compreende o período de 31/05/2022 a 31/03/2023.

A presente seção será estruturada em subseções dedicadas à exposição do processo metodológico adotado, assim como à integração do tripé ensino, pesquisa e extensão no contexto do projeto em questão. Essa subdivisão proporcionará uma compreensão mais aprofundada tanto do método empregado quanto da relevância do projeto no contexto acadêmico e social.

2.1 Método

Nesta seção, apresentaremos uma análise detalhada da metodologia empregada no projeto de produção do *podcast* Economia Explica. Compreender o processo metodológico é essencial para avaliar a validade e a efi-





cácia das abordagens utilizadas ao longo do projeto. Ao delinear as etapas, forneceremos uma visão abrangente das estratégias e técnicas que sustentaram o projeto, além de demonstrar como esses métodos contribuíram para o alcance dos resultados. A metodologia não apenas orientou a criação dos episódios, mas também forneceu uma estrutura sólida para a integração bem-sucedida do ensino, pesquisa e extensão, aspecto central no contexto do tripé universitário.

1º Etapa: Planejamento inicial

Nesta etapa, os membros da equipe, colaboraram para estruturar a visão, objetivos e estratégias que guiariam todo o processo de produção. Inicialmente foram discutidas sugestões de temas, a equipe colaborou para identificar tópicos econômicos e de empreendedorismo que fossem relevantes tanto para a comunidade quanto para os objetivos educacionais do projeto. A escolha criteriosa dos temas permitiu que o conteúdo do *podcast* fosse informativo e atrativo, atendendo às necessidades e interesses do público.

Uma parte fundamental do planejamento envolveu a criação de uma estrutura para o conteúdo dos episódios. Isso incluiu a definição de uma narrativa coesa, a elaboração de roteiros que garantiam clareza e sequência lógica na apresentação das informações.

A equipe elaborou um plano de recursos que abordava as necessidades de equipamentos, aplicativos de gravação e edição, e outros recursos técnicos. Além disso, foi desenvolvido um cronograma que estabeleceu prazos para cada fase do projeto, desde a pesquisa até a produção e a divulgação dos episódios.

Também nesta etapa foi considerada a importância da identidade visual do *podcast*. Foi pensado a criação do logotipo e imagens de capa que transmitisse a marca Economia Explica de forma consistente nas redes sociais e plataforma de hospedagem. A equipe também elaborou estratégia para divulgação do *podcast* em redes sociais, como o *Instagram*, para divulgar e interagir com a comunidade e criar um público engajado.

Parte superior do formulário

2ª etapa: Pesquisa e elaboração do roteiro

A elaboração do roteiro era precedida de uma pesquisa sobre o tema a ser abordado em cada episódio. A equipe de pesquisa buscou informações relevantes em diversas fontes como livros, artigos acadêmicos, bancos de dados. Essa pesquisa permitiu que os episódios fossem fundamentados em informações precisas e atualizadas, garantindo a qualidade do conteúdo apresentado.

Os discentes encarregados dos episódios desenvolveram as primeiras





versões dos roteiros, os quais eram compartilhados em encontros presenciais ou remotos para análise, opiniões e sugestões por parte dos demais membros da equipe. Esse “esboço” do roteiro também ficava disponível para todos os integrantes do grupo, permitindo que todos contribuíssem e acrescentassem ao trabalho. Nesta etapa a experiência acadêmica e conhecimento em economia dos docentes foi fundamental para garantir a precisão e a relevância do conteúdo dos episódios.

A participação dos docentes na supervisão das pesquisas realizadas para a produção dos episódios contribuiu para a qualidade e a robustez das informações apresentadas. Eles ajudaram os alunos a identificarem fontes confiáveis, interpretar dados econômicos e garantir que o conteúdo fosse fundamentado em princípios sólidos de economia.

3º Etapa: Pré-gravação

Antes do início da gravação do *podcast*, os membros eram devidamente informados sobre o objetivo central a ser alcançado. Era recomendado que utilizassem captadores de áudio de qualidade e tivessem acesso a uma conexão estável com a internet. Além disso, era importante que estivessem em locais livres de ruído, para garantir a melhor qualidade de gravação possível.

No que diz respeito à linguagem utilizada nos episódios, era recomendado que os membros adotassem uma abordagem de fala simples e acessível. O objetivo era transmitir as informações de forma clara e direta, evitando excessos ou ambiguidades.

4º Etapa: Gravação dos episódios

A produção do *podcast* acontecia de duas formas: presencial e assíncrona. A modalidade presencial ocorria na universidade, onde os membros do projeto se reuniam para realizar a gravação utilizando a plataforma *Anchor*. Nesses encontros, todos gravavam suas partes do episódio em conjunto.

Por outro lado, o método assíncrono consistia em cada membro do projeto gravar sua parte em suas próprias casas e enviar o arquivo para a equipe responsável pela edição. Dessa forma, as gravações eram realizadas de maneira individual, permitindo que os membros do projeto pudessem contribuir de acordo com sua disponibilidade e conveniência.

A abordagem assíncrona proporcionava flexibilidade e agilidade na produção do *podcast*, uma vez que não era necessário agendar encontros presenciais e todos podiam contribuir com suas partes de forma independente. A eliminação de barreiras geográficas foi uma vantagem na abordagem assíncrona, pois expandiu as oportunidades de colaboração e enrique-





ceu o conteúdo do *podcast*, ao permitir que os convidados, mesmo distantes fisicamente, pudessem compartilhar seus conhecimentos e experiências.

De modo geral, a gravação presencial promoveu a colaboração direta e a correção de erros permitindo que ajustes pudessem ser feitos imediatamente, enquanto, a gravação assíncrona ofereceu vantagens em termos de flexibilidade e inclusão geográfica. A combinação das duas abordagens demonstrou a flexibilidade e adaptabilidade da equipe e destacou a importância de escolher a melhor forma de gravação com base nas necessidades e recursos disponíveis.

5º Etapa: Edição

Após receber os arquivos, o responsável pela edição do *podcast* reunia todo o material e iniciava o processo de finalização do episódio. Utilizando o programa *Anchor*, foram realizados os ajustes necessários para garantir a melhor qualidade sonora. Isso incluiu a redução de ruídos indesejados, a equalização das vozes dos participantes e a compressão sonora para obter um áudio balanceado.

6ª Etapa: Criação de capas e identidade visual

Esta etapa foi fundamental para estabelecer uma marca visual coesa e profissional que transmitisse a essência do *podcast*. A equipe definiu identidade visual e escolha de cores e estilo gráfico que seriam usados nos materiais relacionados ao *podcast*, como imagens de capa, publicações em redes sociais e logotipo.

A equipe criou capas personalizadas para cada episódio do *podcast*. Cada capa refletia o tema específico do episódio e incorporava os elementos visuais da identidade visual previamente definida. Ao longo do percurso foi considerado também sugestões da comunidade e dos ouvintes, e feito ajustes para aprimorar a qualidade e eficácia da identidade visual.

7º Etapa: Divulgação

Durante a etapa final do processo, o objetivo de alcançar o máximo de audiência possível exigiu um esforço coletivo da equipe. Todos os membros contribuíram na elaboração de textos, criação de imagens e vídeos, que seriam compartilhados nas redes sociais do projeto “@economiaexplica_dec” no *Instagram*. Essa estratégia tinha como finalidade promover o episódio e atrair a atenção do público interessado.

8ª Etapa: Postagem do *podcast*





Após a fase de divulgação, o episódio era finalmente publicado nas plataformas de hospedagem, com destaque para o *Spotify*. Essa escolha estratégica se deu pela popularidade e alcance do *Spotify* como uma das principais plataformas de *streaming* de áudio, permitindo que o conteúdo do *podcast* alcançasse um amplo público.

A etapa de postagem do *podcast* Economia Explica no *Spotify* foi essencial para levar o conteúdo educacional e informativo criado pela equipe para um público global. Foi um processo que envolveu preparação meticulosa, configuração técnica e promoção ativa para garantir o sucesso do *podcast* na plataforma. A presença do projeto no *Spotify* ampliou o alcance do conhecimento econômico e de empreendedorismo, cumprindo a missão de extensão universitária de compartilhar conhecimento com a comunidade.

9ª Etapa: Avaliação

A produção dos *podcasts* foi uma experiência enriquecedora e desafiadora para a equipe envolvida. Desde o planejamento inicial até a edição final, cada etapa do processo exigiu um esforço coletivo e colaborativo. A equipe teve a oportunidade de aprender sobre diferentes aspectos da produção de *podcasts*, como pesquisa, roteirização, gravação, edição de áudio e divulgação.

Durante o projeto, foram realizadas reuniões regulares para discutir o andamento do trabalho, avaliar e planejar os próximos passos. Nessas reuniões, foram debatidos os tópicos dos episódios, revisados os roteiros e definidas as diretrizes para as gravações. A escrita dos roteiros exigiu uma abordagem cuidadosa para garantir que o conteúdo fosse acessível, envolvente e informativo para o público-alvo. Os alunos aprenderam a organizar suas ideias de forma clara e concisa, adaptando o estilo de escrita ao formato do *podcast*.

Além disso, foram realizados dois episódios especiais que contaram com entrevistas. Essas entrevistas trouxeram uma perspectiva adicional para os ouvintes, apresentando *insights* valiosos de especialistas nas áreas de empreendedorismo e economia.

No primeiro episódio com entrevista, tivemos a participação de um professor de economia, especializado em empreendedorismo. Ele compartilhou suas experiências e conhecimentos sobre o tema “A Hora da Decisão”, explorando as principais considerações que os empreendedores enfrentam ao tomar decisões estratégicas em seus negócios.

No segundo episódio com entrevista, recebemos um parceiro do projeto, um profissional experiente na área de gestão de resultados. Nessa entrevista, ele compartilhou sua expertise sobre como os empreendedores podem monitorar e avaliar o desempenho de seus negócios, alcançando resultados sólidos e sustentáveis.





Essas entrevistas trouxeram uma dimensão adicional aos episódios do *podcast*, proporcionando perspectivas de especialistas e ampliando a variedade de conteúdo oferecido. Além disso, as interações com os convidados reforçaram a importância da colaboração e da construção de parcerias para o sucesso empreendedor.

Os episódios produzidos foram disponibilizados em um canal no *Spotify*, uma plataforma de *streaming*. Para promover e interagir com os ouvintes, foi criado um perfil no *Instagram* dedicado ao projeto. Essa estratégia de mídia social proporcionou uma maior visibilidade ao projeto de extensão, permitindo a divulgação dos episódios e estimulando a interação e o engajamento com os ouvintes.

Após a disponibilização de cada episódio, foram realizadas reuniões para avaliar o desempenho do *podcast* em que equipe analisava as métricas e estatísticas disponíveis, como o número de ouvintes, as interações nas redes sociais e o *feedback* recebido. Essa análise permitia uma compreensão mais detalhada do impacto dos episódios, identificando áreas de sucesso e oportunidades de melhoria, bem como possibilitando os ajustes necessários para maximizar o alcance e a qualidade do *podcast*.

O projeto também enfrentou dificuldades como disponibilidade limitada de recursos e equipamentos de gravação e edição de áudio, além de algumas limitações com os aspectos técnicos da produção. Os alunos tiveram que aprender a lidar com equipamentos e aplicativos de gravação e edição, superando curvas de aprendizado e garantindo que os episódios atendessem aos padrões de qualidade desejados.

Além disso, a divulgação dos episódios nas redes sociais e a interação com a comunidade exigiram esforço contínuo e habilidade de gerenciamento de mídia social que nem todos possuíam previamente. Essas dificuldades foram sanadas por meio de orientação direcionada, da colaboração e da divisão de tarefas que buscasse otimizar as aptidões de cada membro da equipe.

2.2 Tripé Ensino/Pesquisa/Extensão

Os resultados alcançados na experiência extensionista de produção de *podcasts* de economia foram diversos e impactantes, demonstrando a relevância do projeto no contexto do tripé ensino/pesquisa/extensão. Abaixo, descrevemos esses resultados e sua importância:

1. Alcance da Comunidade:

O *podcast* alcançou um público significativo, cerca de 277 ouvintes por meio da plataforma *Spotify*. Os episódios foram ouvidos por um amplo espectro de pessoas, incluindo estudantes, empreendedores, acadêmicos e membros da comunidade em geral.





No *Instagram*, apesar do número modesto de seguidores, o engajamento nos stories revelou um público ativo e interessado. As visualizações nos stories (próximo de 100), indicou que a audiência estava interagindo com o conteúdo, sugerindo uma conexão significativa com a comunidade. Além disso, os compartilhamentos ampliaram o alcance do *podcast*, contribuindo para a função extensionista ao atingir novos públicos.

2. Disseminação de Conhecimento:

Os episódios de *podcast* abordaram temas de empreendedorismo e economia de maneira acessível e informativa. Isso contribuiu para a disseminação de conhecimento e incentivou a compreensão de conceitos complexos por parte do público, atendendo à missão de extensão universitária.

3. Engajamento da Comunidade:

Através das redes sociais, o projeto promoveu discussões e interações significativas com a comunidade. Os ouvintes frequentemente compartilhavam *feedback*, perguntas e sugestões, demonstrando o impacto positivo na comunidade.

Uma das sugestões apresentadas por nossos ouvintes, que foi acolhida, consistiu em convidar um maior número de participantes para compartilharem suas experiências. Esta proposta, apresentada por nossos ouvintes, resultou na decisão de fazermos os dois episódios de entrevistas e na definição do formato para a segunda edição do *Podcast Economia Explica*.

4. Desenvolvimento de Habilidades dos Discentes:

Ao longo do projeto *Economia Explica*, os estudantes não apenas adquiriram conhecimentos práticos em economia e empreendedorismo, mas também cultivaram habilidades fundamentais que moldaram sua vida acadêmica e profissional como futuros economistas.

Ao aprimorar habilidades de pesquisa e análise, os roteiristas do projeto foram capazes de aprofundar-se em tópicos econômicos. A pesquisa e análise de temas econômicos têm fortalecido a capacidade dos estudantes de realizar investigações críticas e embasar suas análises em dados concretos, habilidade vital para o economista em sua prática profissional. Além disso, o processo de elaboração de roteiros e expressão verbal por parte dos apresentadores promoveu uma comunicação clara e eficaz, uma habilidade essencial para economistas que precisam traduzir conceitos complexos em termos acessíveis para diversos públicos.

O trabalho em equipe e a coordenação na produção dos *podcasts* desenvolveu habilidades colaborativas, preparando os estudantes para ambientes profissionais dinâmicos. A prática na edição de áudio contribuiu para a habilidade de sintetizar informações de maneira concisa, uma competência valiosa em análises econômicas. Adicionalmente, a gestão de redes sociais





pelos alunos aprimorou habilidades de promoção ativa, essenciais para economistas que buscam disseminar informações e análises de maneira eficaz. Essas habilidades não apenas enriqueceram a experiência acadêmica dos estudantes, mas também prepararam um caminho sólido para uma carreira bem-sucedida no campo da economia.

5. Promoção da Extensão Universitária:

O *podcast* Economia Explica serviu como um exemplo concreto da contribuição da universidade para a sociedade. Ele atendeu às necessidades da comunidade e demonstrou o compromisso da instituição em compartilhar conhecimento e experiência.

6. Integração do Tripé Ensino/Pesquisa/Extensão:

O projeto exemplifica como o ensino, a pesquisa e a extensão podem ser integradas de maneira eficaz. Os alunos aplicaram conceitos acadêmicos em um contexto prático, ao mesmo tempo em que atenderam às necessidades da comunidade.

A experiência extensionista de produção do *podcasts* evidencia a capacidade das universidades de promoverem o aprendizado prático, a pesquisa aplicada e o engajamento com a comunidade. Esses resultados reforçam a importância do tripé ensino/pesquisa/extensão como uma estrutura fundamental para o desenvolvimento acadêmico e social. Além de beneficiar os alunos envolvidos no projeto, ele também contribui para a disseminação de conhecimento e o desenvolvimento econômico, fortalecendo a missão da universidade como agente de transformação social.

3 CONCLUSÃO

O projeto Economia Explica obteve êxito em termos de alcance de objetivos e aprendizado dos participantes. Os alunos participantes do projeto tiveram a oportunidade de expandir seus conhecimentos sobre empreendedorismo e economia, bem como desenvolver habilidades relacionadas à produção de *podcasts*. Eles foram expostos a conceitos e teorias relevantes, e puderam explorar a aplicação prática desses conhecimentos por meio da criação dos episódios.

Os alunos também aprimoraram suas habilidades de pesquisa, redação de roteiros, oratória e trabalho em equipe. Apesar das dificuldades, o trabalho em equipe e a busca de soluções fez com que todas as ações fossem oportunidade para aprimoramento e aprendizado.

A participação dos docentes no projeto Economia Explica foi uma parte integral de seu sucesso. Sua orientação e supervisão fortaleceram a qualidade do conteúdo, contribuíram para a formação acadêmica e profissional dos alunos e consolidaram a função extensionista do projeto. O envolvimen-





to ativo dos docentes ilustra o compromisso da instituição com a excelência acadêmica e a interação significativa com a comunidade.

A produção dos *podcasts* contribuiu para disseminar informações sobre os temas abordados para o público em geral. O alcance se estendeu além dos muros da universidade, alcançando pessoas de diferentes idades e profissões que buscavam compreender sobre empreendedorismo e economia

O *podcast* Economia Explica ilustra como a universidade pode se comprometer com a disseminação de conhecimento, a promoção do aprendizado prático e a conexão com a comunidade. Ele serve como um exemplo concreto de como o tripé ensino/pesquisa/extensão pode ser eficazmente integrado, beneficiando alunos, professores e a sociedade.

REFERÊNCIAS

AVELAR, Kamilla; PRATA, Nair; MARTINS, Henrique Cordeiro. Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda. In: Congresso Brasileiro de Cinência da Computação, 41., Joinville, 2018. **Anais...** Joinville: Intercom, 2018. p. 1-15.

CETIC - Centro Regional de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação. **TIC em Domicílio 2021, São Paulo, julho de 2022.**

DE QUADROS, Mirian Redin. O podcast como ferramenta de comunicação organizacional: tendências e possibilidades. **Tendências em comunicação organizacional**, p. 54, 2019.

IBOPE INTELIGEMCIA.COM.BR. **Aumenta a demanda por conteúdo em podcast.** 2020. Disponível em <https://www.inteligemcia.com.br/aumenta-a-demanda-por-conteudo-em-podcast/> Acesso em: 30/01/2022

VICENTE, Eduardo. Do rádio ao *podcast*: as novas práticas de produção e consumo de áudio. In: SOARES, Rosana de Lima; SILVA, Gislene (Orgs.). **Emergências periféricas em práticas midiáticas.** São Paulo: ECA/USP, 2018. p. 88-107.

