

## **PODCAST: NOVAS VOZES NO DIÁLOGO EDUCATIVO**

**Eugênio Paccelli Aguiar Freire**

Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal do Rio Grande do Norte,  
Brasil  
paccellifreire@gmail.com

### **Resumo**

Este artigo visa esclarecer a importância educativa do *podcast* como tecnologia direcionada à ampliação da expressão e audição de vozes diversas na formação dos Sujeitos, possibilitando o contato e exercício de temas, valores e opiniões normalmente suprimidos em diversos contextos, inclusive em sala de aula. A relevância do cenário exposto será sustentada pelo referencial educativo de Paulo Freire, para o qual a educação relaciona-se à interseção das opiniões múltiplas dos Sujeitos, em diálogo alheio a quaisquer privilégios relativos a um ou outro valor. Nesse intuito, os usos atuais do *podcast* no Brasil – país pautado por uma crescente inserção dessa tecnologia – serão contrapostos, além de ao contexto escolar típico, à natureza geral de produções em tecnologias afins. A afirmativa exposta servirá para ressaltar a teste deste artigo, cuja relevância será sublinhada também pela apresentação da ausência na bibliografia da área da discussão aqui proposta. Como conclusão, apresenta-se o reforço da perspectiva do *podcast* enquanto tecnologia de ampliação de possibilidades educativas no viés apresentado.

**Palavras-chave:** *Podcast* educativo; Rádio; Tecnologia educacional; Oralidade digital.

### **Abstract**

This article aims to clarify the importance of education as a technology podcast aimed at expanding the speech and hearing voices in the formation of various subjects, allowing the contact and exercise issues, values and opinions often deleted in several contexts, including in the classroom. The relevance of the above scenario is supported by the educational framework of Paulo Freire, for whom education is related to the intersection of multiple reviews of subjects in dialogue unaware of any privileges on one or another value. To that end, the current uses of the podcast in Brazil – a country



ruled by a growing integration of this technology - will be offset, in addition to the typical school setting, the general nature of productions in related technologies. The statement will set out to highlight the test in this article, whose relevance is also underlined by the presentation of the absence in the literature of the proposed area of discussion here. In conclusion, we present the prospect of enhanced podcast technology while expanding educational possibilities presented on the bias.

**Keywords:** Educational podcast; Radio; Educational Technology; Digital orality.

### Introdução

Paulo Freire (1971) elencou um norteador pedagógico focado na educação enquanto atividade de interlocução em busca da ampliação de leitura de mundo. Por esse referencial, estarão aquém de seus potenciais ações educativas desvinculadas da busca pelo conhecimento das mais diversas vozes constituintes do mundo a ser lido. Demanda educativa por multiplicidade de vozes que remonta também às possibilidades de expressão da voz do Sujeito em contato com os demais. Em outras palavras: educar-se é falar e ouvir vozes as mais diversas.

A Educação, portanto, apresenta-se, por esse prisma, mais próxima das contradições, típicas da interseção livre de individualidades, que dos consensos fabricados coercivamente em grande parte das ações escolares, como apontado por Paro (2010, p. 60). Por essa razão, na pluralidade de vozes encontra-se terreno fértil ao desenvolvimento da educação.

Isso ocorre pelo fato de que nesse cenário plural contempla-se o exercício de opiniões desvinculadas de significativas restrições. Além disso, considerando a liberdade expressiva em questão, a conseqüente exposição às antíteses de seus valores próprios propicia a homens e mulheres uma ampliação das possibilidades de crescimento educativo. Razão pela qual a educação do cristão demanda conhecer o ateu, a do homossexual o heterossexual, a do liberal o conservador e, em todos esses casos – e em tantos outros –, vice-versa. Ignorar a voz de grupos, seja por serem minoritários, representarem visões divergentes ou mesmo por não atenderem a interesses diversos (comerciais, políticos, religiosos, entre outros) corresponde a uma ação contrária à educação. Nessa relação, como será exposto neste artigo, as

características de uso da tecnologia *podcast* no Brasil apresentam um largo exercício da relatada pluralidade de vozes.

Os *podcasts* no Brasil atuam como amplificadores de vozes costumeiramente ignoradas. Em grande medida produzidos alheios à lógica do lucro financeiro e atentos ao interesse espontâneo, acabam preenchendo um espaço educativo de exposição e discussão de temas pouco veiculados ou inexistentes em outros âmbitos: na grande mídia, no dia a dia social ou mesmo na escola.

Assim, o cenário dos *podcasts* brasileiros, produzidos em sua maioria fora de contextos escolares, apresenta-se como um espaço educativo cada vez mais significativo, ainda que a Escola pouco atente-se a isso, associando a relevância dessa tecnologia como restrita à veiculação de materiais de aulas. Restrição essa reproduzida também pelos estudiosos da área, como será exposto posteriormente neste artigo.

Diante disso, é preciso apontar, pelo referencial educativo seguido, que a interlocução relativa à multiplicidade de vozes remete-se não apenas a troca de falas, mas a uma consideração igualitária e plural. Portanto, desvinculada de contextos de privilégio a qualquer voz pretensamente “superior” – seja o professor ou qualquer outro proclamado “detentor do direito à fala” – sobre outra tida como “inferior” – sejam alunos ou figuras pouco valorizadas socialmente. Contrariar tal noção remete-se ao exercício de uma educação bancária, baseada no “depósito” de informações prontas do mestre no aprendiz (Freire, 1987, p.58). Nessa medida, considerando o diálogo como “a co-participação do ato de pensar” (Freire, 1971, p. 66), a utilização dos *podcast* favorece o diálogo por ser, geralmente, permeado pela pluralidade, pelas possibilidades de expressão livre, pela ausência da hierarquia típica da separação entre falantes – produtores – e ouvintes – audiência -, expediente regular das mídias comerciais.

Por essas razões, emerge a necessidade da análise do *podcast* em sua relação com os aspectos educativos expostos, de modo a observar como o uso dessa tecnologia pode contribuir às práticas educativas no que se refere a ampliação do exercício e acesso à vozes as mais diversas.

Na busca pela construção de tal análise, este artigo irá inicialmente apresentar a tecnologia em questão, contrapondo definições correntes na literatura da área em favor de uma consideração do *podcast* a partir de critérios que almejam se aproximar mais de quesitos educativos no pensamento da tecnologia educacional. Em seguida,



será apresentada ao leitor uma breve síntese do cenário brasileiro de *podcasts*, ressaltando a multiplicidade de vozes presentes nas mais diversas produções disponíveis on-line.

Essas exposições servirão de mote para o desenvolvimento da análise do *podcast* enquanto tecnologia propiciadora da ampliação de vozes nos contextos da mídia comercial e não comercial. Serão observados, igualmente, os potenciais de uso do *podcast* na cessão de vozes a falas costumeiramente silenciadas no ambiente escolar. Ainda, será apresentado a utilização de tal tecnologia direcionada ao acesso a vozes que, por razões cronológicas, acabam por não ser ouvidas pelos Sujeitos em geral.

Posteriormente, será exposta a ausência, na literatura da área, da consideração dos diversos contextos passíveis de uso educativo do *podcast*. Por fim, reflexões apresentadas servirão de subsídio a exposição do papel do *podcast* enquanto ponto de encontro educativo.

### **A Tecnologia: *Podcast***

Por tratar-se de um programa de fala – podendo também utilizar de músicas ou qualquer outro artifício de sonoplastia –, para muitos autores o *podcast* pode ser definido basicamente como um

*“programa de rádio personalizado gravado nas extensões mp3, ogg ou mp4, que são formatos digitais que permitem armazenar músicas e arquivos de áudio em um espaço relativamente pequeno, podendo ser armazenados no computador e/ou disponibilizados na Internet, vinculado a um arquivo de (feed) que permite que se assine os programas recebendo as informações sem precisar ir ao site do produtor”* (Barros & Menta, 2007, p. 2).

Tal definição considera predominantemente o aspecto técnico da tecnologia que, por essa ótica, consiste basicamente de um arquivo de áudio digital baixado de forma semelhante a uma música, mas que contém, ao invés de conteúdo musical, programas falados. É necessário afirmar que *podcasts* também são utilizados para a veiculação de conteúdo estritamente musical na forma de programas, porém, esse uso é periférico se comparada à produção de programas de falas.

Diante de tal consideração, emerge a necessidade de mudança do norteador

elencado na definição exposta, visto que pode ser vista como incoerente a desconsideração da natureza humana da Educação no pensamento de quaisquer de suas etapas. Por esse pensamento, mesmo as definições das tecnologias utilizadas em âmbito educativo devem seguir um viés menos focado em aspectos técnicos e mais direcionado à consideração dos aspectos humanos no uso de tecnologias. Portanto, a partir desse direcionamento, o *podcast* é aqui definido tendo como critério sua utilização humana. Por tal consideração, essa tecnologia é tida como um:

*“modo de produção/disseminação de conteúdos musicais e/ou focados na reprodução de oralidade, distribuídos sob demanda na forma de episódios, acessíveis via download direto ou assinatura de conteúdo, para utilização em tempos e locais à escolha dos usuários”* (Freire, 2011, p. 202 ).

Além de sintonizar-se com o posicionamento para o qual os caminhos da Educação são marcados mais pelas ações dos Sujeitos que pelas tecnologias utilizadas (Tori, 2009; Moran, 1997; Andrade, 1993; Wolton, 2007; dentre outros), tal definição acaba por abranger produções como *podcasts* para surdos. Esse tipo de *podcast* trata-se da:

*“transcrição em texto das falas dos participantes dos programas. Dessa forma, [...] esse modo, ainda que não utilize arquivos de áudio, mantém uma ligação com a oralidade – marca principal da mídia podcast. As transcrições das falas são distribuídas, em geral, através de arquivos pdf – formato digital de texto. Desse modo, por não tratar-se de arquivos de áudio, não é possível inseri-los na conceituação corrente de podcast. Apesar disso, sua vinculação com a oralidade dessa produção em áudio lhe possibilita gozar de grande parte da natureza dos programas falados, trazendo no texto, em grande medida, o modo peculiar da fala e o teor coloquial dos discursos, pautados pela afetividade através do tom bem-humorado e dinâmico utilizado”* (Freire, 2011, p. 201).

Essa rica manifestação dos potenciais inclusivos da tecnologia *podcast* acaba ignorada pela definição de foco técnico, predominante atualmente no pensamento da área.

Exemplos de tal foco são perceptíveis nas elaborações de Moura e Carvalho (2006), para os quais o *podcast* trata-se de uma “forma de publicação de programas de áudio, vídeo e imagens na Internet” (p. 88); Coutinho e Bottentuit Junior (2007),



quando afirmam que “entende-se por *podcast* uma página, site ou local onde os ficheiros áudio estão disponibilizados para carregamento”; Williams (2007, tradução nossa)<sup>1</sup>, ao sustentarem que “*podcast* é um método para produzir conteúdo de áudio e vídeo disponível regularmente via web”<sup>2</sup>. Acrescendo a observação de outros autores (Cebeci & Tekdai, 2006; Assis & Salves & Guanabara, 2010, entre outros) pode-se afirmar, portanto, que, considerando a literatura da área, o foco nos aspectos técnicos é tomado como referência nas definições atuais de *podcast*.

Em todos os exemplos citados o critério elencado para caracterização do *podcast* consiste do uso de arquivos digitais de áudio. Por esse critério, recorrente na literatura da área, inexistente o *podcast* para surdos, afinal, esse não utiliza de arquivos de áudio, mas de texto. Tal observação ilustra a dessintonia educativa do modo de consideração técnica elencado pelas definições atuais de *podcast*.

Em razão disso, será utilizada aqui a definição de tecnologia focada em seu uso educativo, considerando o *podcast* por esse viés.

#### *A pluralidade das vozes no podcast brasileiro*

Embora relativamente nova, o *podcast* é uma tecnologia já bastante difundida no Brasil. Levantamentos quantitativos acerca da “podosfera”<sup>3</sup> brasileira são ainda escassos. Apesar disso, o crescimento dos números da “podpesquisa”<sup>4</sup>, bem como a observação do aumento do número de *downloads* dos maiores *podcasts* do país<sup>5</sup>, apontam para a constatação de aumento na audição periódica de *podcasts* nacionais.

Essas produções acabam utilizadas como poderosos instrumentos de vazão à voz de grupos os mais diversos, que, no exercício da mídia comercial, como o rádio e a TV, possuem pouco ou nenhum espaço. Alguns exemplos disso são o *nerdcast*<sup>6</sup>, que aborda assuntos diversos dentro do “universo nerd”<sup>7</sup>; o *podcast* “papo de gordo”<sup>8</sup>,

<sup>1</sup> *Podcasting* is a method of making audio or video content available regularly via the Web.

<sup>2</sup> Web refere-se à parcela da internet referente aos sites (conteúdo da World Wide Web, ou www). Não confundir internet com web, pois, além do “www” existe sistemas de armazenamento de arquivos (FTP), de chat (IRC), de compartilhamento de dados (P2P) e afins.

<sup>3</sup> Termo que refere-se ao cenário do conjunto de *podcasts* produzidos e veiculados.

<sup>4</sup> Última pesquisa brasileira referente a escuta de *podcasts* no Brasil. Disponível em: [www.podpesquisa.com.br](http://www.podpesquisa.com.br).

<sup>5</sup> Como critério de eleição dos principais *podcasts* do país foi utilizada como referência a votação dos concursos “Prêmio *Podcast*” em suas últimas edições, nos anos de 2008 e 2009. Mais informações sobre o projeto em <http://www.premiopodcast.com.br>.

<sup>6</sup> Disponível em: <http://jovemnerd.ig.com.br/categoria/nerdcast>.

<sup>7</sup> Temas que englobam interesses típicos dos denominados “nerds”: ficção científica, histórias em quadrinhos, literatura, cinema, jogos eletrônicos e tecnologia.

<sup>8</sup> Disponível em: <http://www.papodegordo.com.br>.

discutindo questões direcionadas às experiências de pessoas obesas; “dentro do armário”<sup>9</sup>, que fala sobre homossexualidade; “ComicPod”<sup>10</sup>, sobre quadrinhos; “PodPensar”<sup>11</sup> que, dentre outros temas, discute o ateísmo; papo na estante<sup>12</sup>, cujo assunto é literatura, dentre outros que serão citados ao longo deste artigo.

Além dos temas elencados, a forma como estes são tratados também colabora ao acréscimo à diversidade em vista de outras mídias, mesmo de outras instâncias sociais, como será apresentado posteriormente. Dessa forma, a multiplicidade do *podcast* aponta uma de suas principais distinções relativas ao rádio.

Em uma perspectiva generalista, pode-se dizer que o formato dos diversos programas nas rádios seguem diretrizes comuns. Nesse referencial comum, o uso espontâneo da voz é, na maioria das vezes, preterido em favor da imitação vocal e de escolhas por timbres que se remetam a um critério pré-estabelecido de valoração estética ou mesmo a uma tentativa de transmissão de credibilidade, por meio de um tipo de voz que, supostamente, “conduz à credibilidade e à capacidade de persuasão” (Penteado, 1998, p. 9). Nesses parâmetros delineiam-se as típicas “vozes radiofônicas”. Neles, o tom das vozes que falam sobre entretenimento é necessariamente efusivo e das que tratam de notícias é sempre marcada por dinâmicas vocais uniformizadas, comumente ensinadas em cursos técnicos e universitários de jornalismo. Igualmente, as vozes que abordam assuntos sérios costumam ser incontornavelmente sisudas.

Essa predeterminação de formato não constitui parte inerente do *podcast*. Tal assertiva relaciona-se não a uma pretensa afirmação de que os formatos das “vozes radiofônicas” não se encontram naquela tecnologia, mas sim à observação de que, enquanto conta com programas que emulam os critérios radiofônicos citados, o *podcast* possui também produções pautadas por modos particulares de construção. Como exemplo disso, é possível citar *podcasts* como o *guanacast*<sup>13</sup>, que utiliza um tom bem-humorado no tratamento de temas técnicos - tidos usualmente como sisudos - da área de informática. Já no “ProfMarinsPod”<sup>14</sup> é utilizado o tom mais formal nas elaborações opinativas de seu produtor. Outros como “decodificando”<sup>15</sup> - que trata da área da biologia, direito e tecnologia - abordam temas acadêmicos de forma

<sup>9</sup> Disponível em: <http://pt-br.paperblog.com/podcast-dentro-do-armario-6-43894>.

<sup>10</sup> Disponível em: <http://www.multiversodc.com/v2/>.

<sup>11</sup> Disponível em: <http://livrespensadores.org/artigos/podpensar-o-podcast-do-projeto-livres-pensadores>.

<sup>12</sup> Disponível em: [http://paponaeante.com.br/?page\\_id=4](http://paponaeante.com.br/?page_id=4).

<sup>13</sup> Disponível em: [www.guanabara.info/guanacast](http://www.guanabara.info/guanacast).

<sup>14</sup> Disponível em: [www.profmarinspod.com.br](http://www.profmarinspod.com.br).

<sup>15</sup> Disponível em: [www.decodificando.com.br](http://www.decodificando.com.br).



descontraída, através de uma linguagem coloquial. Em contrapartida, produções como o “Podcast Café Brasil”<sup>16</sup>, que fala sobre “cultura, cidadania e entretenimento” e o “Podcast do Alexandre Sena”<sup>17</sup>, que fala sobre “notícias e informações de interesse do público em geral”, utilizam um formato semelhante ao da rádio, pautando-se por diretrizes de formato comuns a programas da rádio comercial. Assim como o fazem produções ligadas a empresas, como o *podcast* do Banco do Brasil<sup>18</sup>, utilizado como ferramenta de marketing, bem como os produzidos pela Amil<sup>19</sup>, que comercializa planos de saúde. Nesse último exemplo, o reforço de marketing relaciona-se ao entendimento de que “ao transmitir periodicamente dicas de saúde, a empresa reforça sua imagem perante o público ouvinte” (Paula, 2010, p.41).

A afirmação do caráter peculiar do *podcast*, no que se refere ao formato utilizado, relaciona-se, assim, não a uma valoração de que uma forma de abordagem é necessariamente mais adequada a educação que outra – seja a descontraída, formal, irônica, tradicional radiofônica ou qualquer outra. Diz respeito, sim, à concepção de que uma tecnologia que contempla diversos modos de abordagens - a partir das mais distintas motivações - é mais propensa a sintonizar-se com a diversidade dos Sujeitos, enquanto ouvintes e/ou falantes, e, por essa razão, também se mostra potencialmente mais adequada a objetivos educativos.

Em vista disso, põe-se a necessidade de análise do papel educativo do *podcast* relacionado ao acréscimo de possibilidades de manifestação e acesso à vozes em diversas instâncias sociais.

### **Podcast na Educação: Falando as Vozes Caladas na Mídia Comercial**

As mídias comerciais em suas produções usualmente pautam-se por uma postura de restrição temática relacionada à escolha do que se supõe mais viável para venda, intuito primordial de atividades comerciais. O que se torna evidente na quase total ausência nas mídias comerciais de temas discutidos em muitos dos *podcasts* relatados ao longo deste artigo. Tal prática implica, necessariamente, em restrição educativa.

Não há razão, pelo referencial educativo exposto, em inserir um caráter de

<sup>16</sup> Disponível em: [www.podcastcafebrasil.com.br](http://www.podcastcafebrasil.com.br).

<sup>17</sup> Disponível em: [alexandresena.jor.br/podcasts/](http://alexandresena.jor.br/podcasts/).

<sup>18</sup> Disponível em: [http://www.bb.com.br/portalbb/page3,136,3993,0,0,1,8.bb?codigoNoticia=11650&codigoMenu=198&codigoRet=8264&bread=4\\_4](http://www.bb.com.br/portalbb/page3,136,3993,0,0,1,8.bb?codigoNoticia=11650&codigoMenu=198&codigoRet=8264&bread=4_4).

<sup>19</sup> Disponível em: [www.podtersaude.com.br](http://www.podtersaude.com.br).



valorização nos temas a serem objetos de discussão entre os Sujeitos. Logo, não se afirma aqui que a relevância dos temas elencados pelos *podcasts* advém de uma maior importância desses em relação aos que são tradicionalmente veiculados na mídia comercial. Essa relevância remonta, na verdade, à possibilidade de inserções temáticas em falas que, de outro modo, permaneceriam ocultas como “vozes caladas” na mídia comercial.

Novas possibilidades que, de modo algum, denotam a ausência no *podcast* de temas típicos daquelas mídias. Além de temáticas pouco convencionais, como o *podcast* sobre RPGs<sup>20</sup> “Rolando 20”<sup>21</sup>, há a recorrência de temáticas da mídia tradicional, como em “O Esportíssimo”<sup>22</sup>, *podcast* sobre esportes que utiliza formato semelhante aos programas esportivos de Rádio e TV.

Essas produções, em sua diversidade temática, associam-se, geralmente, a pequenos grupos, ou mesmo a empreitadas individuais, motivados pelo interesse espontâneo em dar vazão à voz e partilhá-la com os demais. Motivação perceptível no depoimento da produtora do *podsemfio* – o primeiro dos *podcasts* para surdos do Brasil -, Beatriz Kunzie<sup>23</sup>:

*“[...] eu não uso meu blog e meu podcast para ganhar dinheiro nem nada. É um trabalho que faço por amor, por paixão. É paixão que motiva a gente. [...] O dia que eu tiver que sentar na frente do computador e escrever por obrigação de ter que escrever alguma coisa para o meu blog eu acho melhor parar, apagar tudo e ‘deixe quieto’ ” (2011).*

Os critérios norteadores à produção elencados por Kunzie revelam-se contraditórios à lógica comercial da mídia que, alheia à pertinência educativa ou ao interesse espontâneo, elenca seus temas a partir de critérios pecuniários, “leiloando” o direito de falar e transformando, em razão disso, vozes em produtos, cuja forma e conteúdo são ditados prioritariamente pela lógica do lucro financeiro.

É importante observar-se, no entanto, que, considerando o já exposto caráter de multiplicidade do *podcast*, a prática do delineamento temático por critérios comerciais também faz parte dessa tecnologia. A possibilidade desses também poderem veicular

---

<sup>20</sup> Tipo de jogo em que os jogadores assumem os papéis de personagens e criam narrativas colaborativamente.

<sup>21</sup> Acessível em: <http://www.rolando20.com.br/podcast-2>.

<sup>22</sup> Acessível em: <http://www.esportissimo.com.br/>.

<sup>23</sup> KUNZIE, Beatriz. Entrevista oral (via *podcast*) concedida a Eugênio Paccelli Aguiar Freire. Maio de 2011.



produções originais de outras tecnologias colabora para esse fenômeno. Razão pela qual é importante, antes do seguimento desta análise, a exposição dos modos básicos de produção em *podcast*: registro, ampliação de mídia e produção original.

*“No podcast registro, é feita a simples captura do áudio de um determinado evento, como uma aula ou palestra. Exemplos desse tipo são os podcasts agregados pelo sistema iTunesU<sup>24</sup>, em que qualquer usuário tem acesso a uma biblioteca em áudio de milhares de aulas e palestras realizadas em grandes universidades em vários países, [...] No podcast ampliação de mídia o formato digital de áudio é utilizado para a distribuição on-line de conteúdos já previamente produzidos para outros veículos. Exemplos desse modo de elaboração de podcasts são a disponibilização em formato MP3 de programas de rádios como alguns das emissoras CBN<sup>25</sup> e Rádio Bandeirantes<sup>26</sup>. O mesmo ocorre na reutilização, convertidos em áudio digital, de materiais como livros em áudio, áudios extraídos de fitas cassetes de aulas de línguas, aproveitamento de áudio de programas de TV, de notícias e diversos outros transformados em podcasts e distribuídos pela internet. [...] O podcast produção original é aquele já produzido como podcast desde seu princípio. [...] Exemplos de podcasts produção original são o Nerdcast, vencedor de vários concursos<sup>27</sup> de melhor podcast, e o Guanacast [...]”* (Freire, 2010, p. 164-165).

Em quaisquer de seus modos de produção expostos, o delineamento temático a partir de critérios comerciais no *podcast* faz-se presente, geralmente, através de produções de empresas comerciais de mídia já ligadas a meios como rádio, TV e impressos. Estes últimos acabam, assim, por reproduzir a mesma lógica comercial de consumo da mídia tradicional no *podcast*. Em razão disso, a diversidade temática observável em produções desvinculados de empresas e instituições não costuma ser encontrada em outras relacionadas a empresas de mídia, como nos *podcasts* utilizados para marketing já citados neste artigo. Outros exemplos disso são os *podcasts* de grandes jornais, como o do jornal Folha de São Paulo, “*podcast* folha.com”<sup>28</sup>, que reproduz notícias veiculadas na grande mídia; o *podcast* do portal

<sup>24</sup> C.f.: <http://deimos3.apple.com/indigo/main/main.xml>

<sup>25</sup> C.f.: <http://cbn.globoradio.globo.com/servicos/podcast/NOME.htm>

<sup>26</sup> C.f.: <http://radiobandeirantes.com.br/podcast.asp>

<sup>27</sup> Dentre os quais podemos destacar o prêmio nacional “IBest 2008” e o internacional “The Best of Blogs 2007”.

<sup>28</sup> Disponível em: <http://feeds.folha.uol.com.br/folha/podcasts/podcast.xml>.

on-line da Rede Record, “Dr. Pet”<sup>29</sup>, que configura não mais que uma extensão do quadro homônimo do programa televisivo “Domingo Espetacular”, da emissora; bem como o “*podcast* CBN”<sup>30</sup>, que se trata de um *podcast* ampliação de mídia a fins de distribuição sob demanda das gravações dos programas da rádio.

É necessário esclarecer, ainda, que a utilização de publicidade não é completamente ausente em *podcasts* desvinculados de instituições e empresas de mídia comercial. Mesmo que representem exceção na *podosfera*, algumas produções de grande audiência, como o “nerdcast”, o “guanacast” e o “rapaduracast”<sup>31</sup> veiculam propagandas em seus programas. Porém, a inserção não reproduz simetricamente os moldes da mídia comercial tradicional tanto no aspecto quantitativo quanto qualitativo.

Enquanto a mídia comercial tradicional costuma moldar suas produções hegemonicamente a partir de possibilidades de venda<sup>32</sup>, a inserção de publicidade em *podcasts* geralmente associa-se à seleção de anunciantes que se relacionem com as temáticas pré-estabelecidas dos *podcasts*, que remontam a seu início ainda não capitalizado. Desse modo, ainda que seja inerente a influência de quesitos comerciais na formatação dos episódios<sup>33</sup>, ela tende a ser periférica diante de temáticas originais, basilares na formatação de cada *podcast*. Além disso, a lógica da plena dependência por anunciante é quebrada através do exercício de atividades paralelas por parte de muitos *podcasters*<sup>34</sup> e também pela venda de produtos relacionados ao tema agregador do programa. Exemplos disso são a venda de camisas pelo blog *guanabara.info*<sup>35</sup>, produtor do *guanacast*, e de itens como livros, canecas, bonecos e filmes pelo blog “jovem nerd”<sup>36</sup>, produtor do *nerdcast*.

Diante do exposto, é perceptível a diferenciação entre a estrita delimitação temática de produções comerciais, dada a partir de critérios mercantis - seja em rádio, TV, impressos ou *podcast* -, e a pluralidade de temas e abordagens observáveis nas produções em *podcasts*, realizadas por Sujeitos interessados principalmente em expressar sua voz, veiculando, ainda que se utilizem de publicidade, temas de seu

<sup>29</sup> Disponível em: <http://noticias.r7.com/blogs/dr-pet/tag/podcast/>.

<sup>30</sup> Disponível em: <http://cbn.globoradio.globo.com/servicos/podcast/PODCAST.htm>.

<sup>31</sup> *Podcast* sobre cinema. Disponível em: [www.cinemascomrapadura.com.br/rapaduracast](http://www.cinemascomrapadura.com.br/rapaduracast).

<sup>32</sup> Afirmção que se sustenta a partir da observação do poder ditatorial dos índices de audiência – balizadores da venda de publicidade - em promover a permanência, mudança ou fechamento de produções na mídia comercial.

<sup>33</sup> Tais quesitos referem-se à inserção de falas apresentando aos ouvintes as características do produto ou serviço do anunciante, ou mesmo a abordagem de assuntos – dentro do tema geral do *podcast* - que se relacionem ao produto em questão.

<sup>34</sup> Termo que designa a quem produz *podcasts*.

<sup>35</sup> Disponível em: [www.guanabara.info](http://www.guanabara.info).

<sup>36</sup> Disponível em: [www.jovemnerd.com.br](http://www.jovemnerd.com.br).



interesse, relacionem-se eles ou não aos elencados pela grande mídia. Nesse cenário,

*“[...] existem Podcasts que são produzidos por dois ou mais internautas que tenham um interesse comum por determinado assunto, muitas vezes abordando temas específicos que não estariam sendo veiculados por meios convencionais de transmissão radiofônicas, como, por exemplo, o “Cibercast”, um podcasting cujo tema é Cibercultura produzido pelo Centro de Pesquisa Internacional de Estudos e Pesquisa em Cibercultura da Faculdade de Comunicação da UFBA ([www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/cibercast](http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/cibercast)), ou o “Sala de Bate Papo”, produzido pelo Laboratório de Interação Mediada por Computadores da UFRGS ([www6.ufrgs.br/limc/blog/arquivos/podcast/](http://www6.ufrgs.br/limc/blog/arquivos/podcast/))”* (Medeiros, 2005, p. 4).

A abertura para a possibilidade de realização e acesso a produções atentas hegemonicamente ao interesse espontâneo dos Sujeitos em expressar sua voz, veiculando os diversos temas que permeiam a vida social - sejam ou não favoráveis a possibilidades de venda -, coloca a tecnologia *podcast* como um campo rico para o desvelar da pluralidade de vozes, fundamental à educação como ampliação de leitura de mundo.

### **Podcast na Educação: Falando as Vozes Caladas na Mídia Não Comercial**

O *podcast* apresenta possibilidades inéditas de veiculação de vozes normalmente caladas também na mídia não comercial. Afirmção que se sustenta pela contraposição analítica daquele à rádio comunitária<sup>37</sup>, tecnologia com similaridades técnicas e de cunho não comercial, bem como as rádios on-line. Ambas contraposições serão expostas a seguir, iniciando-se pela consideração do rádio na modalidade on-line.

Uma rádio on-line consiste, basicamente - como o próprio termo deixa claro -, de transmissão radiofônica por meio on-line. Destina-se a três formas de utilização: a replicação de rádios convencionais, produção de conteúdos exclusivos e à veiculação de canais de áudio - destinados geralmente à reprodução ininterrupta de músicas agregadas por gêneros (Bufarah, 2003). Apesar deste último exemplo poder configurar

---

<sup>37</sup> A rádio comunitária é citada aqui em seu modelo ideal de exercício, seguindo os preceitos aos quais se destina. No entanto, de modo algum é afirmada a inexistência de rádios comunitárias pautadas por critérios comerciais ou políticos, em práticas ilícitas guiadas e promovidas por pessoas focadas exclusivamente no atendimento de seus interesses individuais.

um modo de distribuição sob demanda, esse uso, de acordo com a ótica aqui utilizada, relaciona-se mais a um *podcast*, ainda que limitado a não execução de arquivos off-line<sup>38</sup>, que a uma produção de rádio. Portanto, serão consideradas rádios on-line apenas aquelas direcionadas à transmissão de conteúdo em tempo real, fator circunscrito ao teor próprio da tecnologia radiofônica.

Dessa forma, contrapostas ao *podcast*, as rádios on-line oferecem um cenário potencialmente menos apto ao falar de vozes caladas em outras mídias. Isso ocorre em razão da necessidade de contextualização cronológica do ouvinte aos horários dos programas e também das implicações advindas da produção de um fluxo de programação, próprio de transmissões em tempo real, a serem expostas a seguir na análise do modo de produção em rádios comunitárias, igualmente sujeitas às implicações citadas. Em relação as rádios comunitárias, o *podcast* também propicia acréscimo de amplitude à veiculação de vozes, principalmente no que se refere à diversificação temática. Tal acréscimo relaciona-se significativamente às demandas produtivas típicas do *podcast* em contraposição àquelas usualmente relacionadas à produção em rádios comunitárias.

Para a realização de um *podcast* basta ao produtor possuir um aparelho de gravação de áudio digital ou computador de capacidade média<sup>39</sup>, fones de ouvido ou caixas de som no computador, um microfone (de preço bastante reduzido em modelos mais simples, girando em torno de R\$ 15), um programa de gravação e edição de áudio, como o *Audacity*<sup>40</sup> - além de inúmeros outros gratuitos - e uma conexão com a internet de velocidade média<sup>41</sup>. Desse modo, o menor custo financeiro de produção – que não necessita de equipamentos de rádio-transmissão – e sua implementação facilitada – por prescindir de concessão pública – acabam por tornar o *podcast* uma opção que acaba favorecendo à exposição de valores e posicionamentos menos usuais, proporcionando espaço a vozes que, mesmo na rádio comunitária, provavelmente permaneceriam caladas.

É possível observar também que a desproporção entre o maior custo envolvido na audição de *podcasts* – que demandam um tocador de áudio digital e/ou computador e acesso à internet – em relação à escuta de uma rádio comunitária – na qual é necessário apenas um aparelho radiofônico – vai sendo gradativamente

---

<sup>38</sup> Desconectado da internet.

<sup>39</sup> Em termos práticos, um computador com processador a partir de 1 Gigahertz, 120 Gigabytes de disco rígido, monitor de 15 polegadas e 1 gigabyte de memória RAM e placa de som.

<sup>40</sup> <http://audacity.sourceforge.net/download/windows>

<sup>41</sup> A partir de 300 Kbps.



resolvida. Isso ocorre por meio do aumento do número de computadores, tocadores digitais – que são hoje funções de telefones celulares básicos – e acesso a internet<sup>42</sup>, através da queda de preços tanto das conexões de internet quanto dos equipamentos de informática<sup>43</sup>, além do crescimento de *Lan Houses*<sup>44</sup>. Como reflexo dessas tendências, em 2010 a classe C<sup>45</sup> correspondeu a 53% dos usuários de internet no país (CGIBR, 2011).

É necessário levar em conta, ainda, o fluxo de programação inerente à realização radiofônica. A periodicidade produtiva de um *podcast* – relativa a episódios semanais, quinzenais ou mensais de duração média entre trinta e noventa minutos – costuma ser menor que de uma rádio comunitária, que veicula, normalmente, programação diária. Mesmo que haja maleabilidade no fluxo de programação de rádios comunitárias, de modo a não veicular vinte e quatro horas de programação todos os dias, a periodicidade diária torna a demanda produtiva normalmente maior que a de um *podcast*. Em vista disso, costumam ser menores em um *podcast* as necessidades de acordos e concessões internas na interseção de opiniões daqueles que o realizam, por haverem, pelo exposto, normalmente menos pessoas envolvidas na produção. Concessões que, mesmo diante da determinação legislativa de que na rádio comunitária “as programações opinativa e informativa observarão os princípios da pluralidade de opinião” (Brasil, 1998), acabam não suprimidos, por fazerem parte da dinâmica das relações sociais. Em produções midiáticas, na Escola, no trabalho e em outras instâncias de convivência restrições à opiniões significativamente divergentes são obstáculos presentes na vivência educativa, marcada pela necessidade do “aprender a viver juntos” (Delors, 2001).

É notório que a necessidade de realização de acordos no trânsito de opiniões divergentes em qualquer âmbito social, midiático ou não, ocupa papel importante no crescimento educativo dos Sujeitos, correspondendo a lições caras de

<sup>42</sup> O número de domicílios com acesso a internet no Brasil cresceu 18% em 2008, 24% em 2009 e 27% em 2010. Nesse ano, 27% dos domicílios brasileiros contavam com acesso à internet (CGIBR, 2010, p. 143).

<sup>43</sup> Em 2009 houve queda de 7,5% (IBGE 2010), enquanto que em 2010 ocorreu um decréscimo de 12,9% no preço de microcomputadores (IBGE, 2011)

<sup>44</sup> Segundo pesquisa realizada pelo IBGE (2009), o acesso a internet por *Lan Houses* correspondeu, em 2008, a 35,2 % do total das conexões.

<sup>45</sup> “Para estimar a classe econômica dos entrevistados, utilizou-se o Critério de Classificação Econômica Brasil, desenvolvido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (Abep), que tem por objetivo classificar economicamente a sociedade por meio do levantamento da posse de itens – utensílios domésticos – e da educação do chefe de família. Para tanto, considera-se um sistema de pontuação, e a soma dos pontos é relacionada a uma determinada classe socioeconômica: A1, A2, B1, B2, C1, C2, D e E [...]. Para fins de divulgação e para assegurar a precisão mínima estabelecida para os resultados de um dado estrato, as faixas de renda foram agregadas em quatro grupos: A, B, C e D” (CGIBR, 2011, p. 114).

compartilhamento, convivência com a diferença e questionamento de si e do outro. (IBIDEM). Apesar disso, no *podcast* a potencial menor necessidade de exercício desses acordos em razão de divergências sinaliza o acréscimo de possibilidades educativas. O que ocorre devido à percepção de que em inúmeros cenários acaba-se por repetir uma lógica social opressiva, na já descrita repressão de valores e temas dissonantes dos hegemônicos na convivência social, inclusive em contexto escolares.

No cenário em questão, pode-se afirmar que rádios comunitárias e *podcasts* possuem suas temáticas circunscritas à comunidade a qual se destinam. Contudo, o modo de formação dessas comunidades em ambas as tecnologias aponta novamente para a amplificação temática usual do *podcast*.

Nesse paralelo, pode-se afirmar que nas rádios comunitárias, a comunidade agrega-se não por afinidades, mas por similaridades econômicas<sup>46</sup> e ação de circunstâncias aleatórias, promotoras do compartilhamento de um espaço físico próximo. Em outras palavras: normalmente essas comunidades são formadas por pessoas de uma mesma classe econômicas e que, por circunstâncias randômicas, acabaram por compartilhar espaços geográficos próximos.

Proximidade local e econômica que, de modo algum, implicaria em aproximação educativa. Razão pela qual, além da preocupação comum com questões da região e similaridades econômicas, não há sentido em supor um efetivo grau de uniformidade de interesses entre o público de uma rádio comunitária. A sustentação a tal afirmação poderia advir apenas de conclusões balizadas por visões pejorativas a apontar que o local de moradia ou a renda de um Sujeito determina, por si só, seus interesses. Portanto, realizar um delineamento temático em uma rádio comunitária é exercitar, em significativa medida, a exclusão daqueles que não compartilham do que se supõe como os posicionamentos e interesses “médios” daquelas pessoas reunidas pelo espaço físico em que habitam e pela faixa de renda na qual se enquadram. Fazendo uso das palavras de Andrade, é considerar o que se acredita como “homem média estatística” (Andrade, 1993, p. 4) daquele cenário.

A inserção do *podcast* nessa reflexão não remonta a uma perspectiva de que nele não haja nenhum grau de exclusão. Para ilustrar essa conclusão, pode-se observar o seguinte contexto: em um *podcast* que discute, por exemplo,

---

<sup>46</sup> Observa-se, em termos generalistas, que ruas e bairros de uma cidade são agregados a partir das condições econômicas de seus habitantes. Não costumam haver mansões em favelas, tampouco barracos em ruas repletas de mansões.





relacionamentos afetivos-sexuais, como o *monacast*<sup>47</sup>, é natural que determinados ouvintes observem não serem contemplados alguns de seus posicionamentos, ou mesmo frustrem-se pela não abordagem de certos aspectos dentro da temática geral da produção. Entretanto, o fato daquela comunidade ter sido formada não por aspectos circunstanciais – passivos – mas por uma procura espontânea por um tema em comum – ativa –, proporciona, em relação à rádio comunitária, chances significativamente menores de exclusão. Isso ocorre devido à relação em exercício partir, a priori, de um grau significativo de afinidade, de compartilhamento de um interesse espontâneo em comum, denotando maior teor de unidade por meio da interseção ativa entre produtores e ouvintes a partilharem espontânea e deliberadamente vozes em *podcast*.

Na análise de mídias orais não comerciais, portanto, é possível afirmar que no *podcast*, devido ao maior grau de unidade da comunidade formada em seu entorno, são potencialmente menores as chances de exclusão dos membros de sua comunidade pela supressão de temas de seu interesse, ou mesmo pela desconsideração de posicionamentos com os quais se identifiquem ou lhe estimulem a exercitar a voz. O que relaciona, em mais um aspecto, o *podcast* ao acréscimo de possibilidades educativas no âmbito analisado.

### **Podcast na Educação: Falando as Vozes Caladas por Fatores Cronológicos**

A não atenção a certas vozes pode ocorrer por diversas razões: desinteresse, dogmatismo, coerção ou mesmo o completo desconhecimento de determinadas leituras de mundo relacionadas a valores distintos. Essas práticas acabam por cercar a escuta da pluralidade de vozes que permeiam a convivência e a educação entre os Sujeitos. Muitas vezes pouco considerada, a impossibilidade advinda de questões cronológicas – falta de tempo à escuta da diversidade de vozes – acaba tornando-se, também, uma constante na vida de diversos grupos sociais, sobrecarregados com a labuta diária, devoradora voraz do tempo de homens e mulheres.

Por essa razão, vozes veiculadas em produções que versam sobre temas diversos acabam sendo ignoradas por razões exclusivamente relacionadas à falta de tempo de potenciais ouvintes. Nesse cenário, o teor de distribuição “sob demanda” do *podcast* acaba colaborando para a ampliação da escuta por meio da possibilidade de acesso a falas em momentos que, de outro modo, seriam ociosos. Exemplos dessa

---

<sup>47</sup>Disponível em: <http://www.monalisadepijamas.com.br/category/podcasts>.



prática, possibilitada pela mobilidade técnica dessa tecnologia, são o uso de *podcasts* em situações corriqueiras como filas, deslocamentos em transporte público ou particular, situações de espera e afins. Assim, inverte-se a lógica da contextualização cronológica nessa tecnologia: ao invés do Sujeito contextualizar-se à tecnologia - como no caso de programas veiculados em horários pré-definidos no Rádio e na TV -, a tecnologia contextualiza-se ao Sujeito, estando disponível a atendê-lo de acordo com as condições cronológicas específicas de cada pessoa.

Isso ocorre porque, além de poder ser baixado como qualquer outro arquivo, clicando-se em um *link* postado em *site* ou *blog*, um *podcast* também pode ser periodicamente descarregado de forma automática através de um sistema de RSS<sup>48</sup>. Nesse sistema, que também funciona com o conteúdo em texto e imagens de *blogs*, o usuário pode assinar alguns *feeds*<sup>49</sup> de *podcasts*. A seguir, um programa denominado “agregador” acessa periodicamente os sites desses *podcasts* para, havendo alguma atualização, baixar automaticamente os episódios mais recentes. Assim, o usuário não necessita se manter acessando constantemente os sites em busca de atualizações, pois acaba por recebê-las instantaneamente sempre que estas ocorrem. Como exemplo desse tipo de programa “agregador” temos o *I-Tunes*<sup>50</sup> e o *FeedReader*<sup>51</sup>.

O *podcast*, ao contrário do Rádio, acaba permitindo alguém ouvir<sup>52</sup>, por exemplo, cinco programas em um mesmo espaço de tempo para depois passar vários meses sem acessar novos episódios, quando, então, poderá realizar o *download* e escutar um episódio mais recente, ou mesmo um mais antigo que ainda lhe é inédito ou que queira ouvir novamente.

Por conseguinte, a natureza de distribuição por demanda do *podcast* acaba possibilitando a escuta de vozes que, por questões cronológicas, não seriam ouvidas em outras mídias ou determinadas circunstâncias sociais.

### **Podcast na Educação: Falando as Vozes Caladas na Escola**

Por um referencial progressista, não haveria como pensar em uma escola de “certos temas”, na qual os demais são ignorados.

---

<sup>48</sup> Abreviação de “really simple syndication”, que significa “distribuição realmente simples”.

<sup>49</sup> Recurso de alguns sites que, aliado a um software específico, permite alertar os visitantes quando há conteúdo novo.

<sup>50</sup> C.f. <http://www.apple.com/br/itunes/download/>

<sup>51</sup> C.f. <http://www.feedreader.com/>

<sup>52</sup> A referência a “ouvir” aqui realizada refere-se ao acesso a vozes, seja sua oralidade representada por gravações nos *podcasts* em áudio, ou em transcrições em *podcasts* para surdos, distribuídos em texto.



Uma postura homogeneizante, ainda, reproduz uma noção de Educação a considerar os alunos enquanto seres amorfos, desprovidos de peculiaridades as quais podem ser exercidas apenas mediante a diversidade de valores e de temas em discussão. Postura que acaba por excluir aqueles que carregam valores e posicionamentos díspares dos hegemonicamente vigentes.

Uma noção de hegemonia que, por si só, pode ser questionada se aplicada em um país tão diverso quanto o Brasil. Nesse momento, a consideração de hegemônico acaba dizendo respeito muito mais à eleição de certos valores em detrimento de outros do que a representação de uma clara unidade entre os temas de interesse e posicionamentos dos brasileiros. Em uma sociedade marcada por diversos modos de exclusão, a Escola acaba, diversas vezes, agindo como instrumento reprodutor desse modelo excludente, não oferecendo possibilidades de dar vazão às vozes daqueles que partilham de valores distintos ou interessam-se por temas usualmente ignorados pela maioria dos colegas.

Nesse ponto, a utilização de *podcasts*, mesmo fora do contexto escolar, acaba por ampliar as possibilidades educativas dos Sujeitos, expondo-os a temáticas normalmente ausentes nas ações escolares. Em especial no caso de temas polêmicos, a possibilidade de expressão alheia a repreensões face a face dos colegas acaba por propiciar um cenário rico ao exercício da opinião de Sujeitos que possuem posicionamentos divergentes da maioria. Em igual medida, o acesso a essas vozes geralmente excluídas acaba por ampliar o contato dos Sujeitos com posicionamentos em temáticas pouco ou nada vistas no trabalho com o professor, ou mesmo na conversa com os colegas fora de sala de aula.

Considerando a importância do exercício de discussões na Escola, “berço privilegiado de debates” (Andrade, 2010), a utilização educativa do *podcast* exposta não se relaciona a uma substituição de “vozes físicas” por “vozes on-line”, em uma desconsideração da importância da discussão face a face em sala de aula ou fora dela em favor do uso do *podcast*. O uso descrito destina-se, na verdade, à ampliação de possibilidades, ao acréscimo de novas formas de descobrir a si através do outro. Nesse caminho, o *podcast* pode servir de instrumento encorajador e de embasamento para alunos que costumam omitir suas opiniões ou temas de interesse por serem divergentes da maioria. O contato constante, via *podcast*, com vozes que compartilham significativamente de sua visão de mundo pode auxiliar na descoberta da “não estranheza” de si, colaborando para pôr abaixo percepções de inadequação,

geralmente associadas à posterior supressão de opinião no convívio com colegas em sala de aula, postura empobrecedora aos avanços de uma Educação plural. O que não significa isolar-se apenas em na utilização do *podcast* por este compartilhar de suas visões, mas perceber caminhos que embasem a opinião outrora isolada e tida como estranha. Desse modo, a prática em questão pode favorecer o aluno a contrapor suas opiniões com visões divergentes, para que ele perenemente não omita seus posicionamentos em diálogos com colegas em sala de aula e nas diversas instâncias de convivência social.

Em vista disso, o uso do *podcast* como instrumento de ampliação de vozes direcionadas à veiculação de temáticas e posicionamentos usualmente ausentes na Escola configura-se como imprescindível à Educação pelo viés aqui analisado.

### **A Desconsideração do Papel de Ampliação de Fala do *Podcast* na Literatura da Área**

As conclusões expostas apontam para a necessidade educativa de maior atenção ao *podcast* enquanto ampliador de voz dos Sujeitos. Assertiva essa que ganha ainda mais força se contraposta aos trabalhos acadêmicos dos estudiosos do *podcast* na educação. Esses estudos costumam focar-se na aplicação dessa tecnologia como suporte ao ensino curricular tradicional, trabalhando com o material já presente em sala de aula através da captura e distribuição das aulas de maneira mais ampla. Prescindem, assim, da proposição, ou mesmo constatação, dos potenciais educativos do *podcast* enquanto ampliador da pluralidade de vozes dos Sujeitos em contato educativo.

Nesse direcionamento, Barros e Menta (2007) exprimem a desconsideração do uso educativo do *podcast* enquanto ampliador de voz ao discorrerem sobre o projeto Podescola<sup>53</sup>, relacionado aos seguintes usos educativos daquela tecnologia:

- “1. Realização de programas por alunos de escolas públicas sobre temas determinados como se fosse um programa de rádio.
2. Explicação de conteúdos oralmente, que podem ser utilizados com alunos portadores de deficiência visual e/ou com dificuldade de aprendizagem em determinados conteúdos.

---

<sup>53</sup> Segundo descrição do site da iniciativa, ela trata-se de um "projeto onde professores e alunos de escolas públicas poderão hospedar gratuitamente verdadeiras "Rádios Virtuais", onde os arquivos de MP3 serão distribuídos através de *Podcasts*". Disponível em: [www.escolabr.com/projetos/podescola](http://www.escolabr.com/projetos/podescola).



3. Produção de uma rádio novela com alunos.
4. Criação de um mapa da cidade com narração de curiosidades e história dos principais pontos turísticos.
5. Tradução de músicas, interpretações e até leitura de poesias e textos produzidos pelos alunos. Produção de programa com curiosidades das disciplinas, criados por professores e alunos” (p. 6).

Para Canfil & Rocha & Paz (2009), "o uso dos *Podcasts* em ambiente escolar busca complementar o processo ensino-aprendizagem, proporcionar uma inovação na escola e ir além dos livros, cadernos e apostilas, ou seja, dos meios tradicionais de ensino” (p. 12). Apesar disso, os autores igualmente não apontam para os potenciais de diversidade temática do *podcast*, focando-se em seu uso enquanto "complemento das atividades didáticas facilitando a compreensão dos conteúdos e possibilitando que as aulas sejam ouvidas em qualquer lugar e a qualquer momento" (ibidem, p.11). A desconsideração da amplificação temática do *podcast* também é repercutida por Coutinho e Bottentuit Junior (2007), para os quais o *podcast* trata-se de uma tecnologia que “permite ao professor disponibilizar materiais didáticos como aulas, documentários e entrevistas em formato áudio que podem ser ouvidos a qualquer hora e em diferentes espaços geográficos”. Também Ketterl & Mertens & Morisse (2006), em seu trabalho sobre o *iTunes U*<sup>54</sup>, detêm-se ao *podcast* como ferramenta de registro e veiculação de explicações verbais dos professores, no que designou como “palestras on-line”. Moura e Carvalho (2006) focam-se na possibilidade de otimização do tempo de aulas pelo uso do *podcast*. Laing & Wotton & Irons (2006) relacionam tal tecnologia igualmente a uma perspectiva de produção e disponibilização do material educacional. Os autores caracterizam como passiva a natureza atual do modelo de *podcast* na educação, ao sustentarem que “produzir *podcasts* ainda é uma abordagem passiva para aprender e ensinar; Eu falo, você escuta” (2006, tradução nossa)<sup>55</sup>.

### **Podcast na Educação: Ponto de Encontro para o Diálogo**

O exercício educativo do *podcast* inúmeras vezes não se encerra na ação de audição das produções. A partir da comunidade que muitas vezes acaba-se por formar em seu entorno, como já apresentado, viabilizam-se práticas de debates direcionadas

---

<sup>54</sup> Portal de *podcasts* de universidades de diversos países, veiculando conteúdos como aulas, palestras, entrevistas, seminários e afins. Disponível em: <http://www.uc.pt/itunesU>.

<sup>55</sup> [...] *podcasting* is still a passive approach to learning and teaching; I speak, you listen.

a ampliar as temáticas trabalhadas nos programas. Ações que remontam às características próprias do *podcast*, no que se refere ao seu modo de publicação.

Geralmente ligados a um sistema de blog, muitos *podcasts* contam com fóruns, em suas páginas ou através de redes sociais on-line, utilizados como ponto de encontro e debates de seus temas centrais pela comunidade a qual se destina. Por meio de produções que abarcam temas ignorados na escola, o *podcast* marca sua pertinência educativa pelas vozes ouvidas servirem como mote de aproximação educativa entre pessoas que partilham de dados do universo em comum.

A organização clara dada pela divisão por temas e subtemas, exercitados nas diversas seções dos fóruns e seus respectivos tópicos, proporciona a sofisticação da identificação temática. Por meio dela, torna-se possível a aproximação mediante a adição de condições técnicas e humanas para a interseção de interesses compartilhados. Nesse contexto, a tecnologia provê, além dos quesitos de exposição temática, também ampliação cronológica, pela possibilidade de troca de mensagens assíncronas e um parcial anonimato nos fóruns em questão, propiciando aos Sujeitos, inúmeras vezes, maior disposição à exposição on-line de posicionamentos pouco exercidos face a face.

Uma experiência educacional potencialmente rica que, nos moldes do pensamento de Paulo Freire (1971), atende de forma benéfica a busca por uma educação que transponha a simples reprodução de conteúdos simétricos, através de uma postura ativa de encontro por meio do exercício educativo do diálogo.

### **Considerações Finais**

Conhecer diversas vozes é ampliar o conhecimento do outro e, portanto, do mundo ao redor no acréscimo de sua leitura, dentro e fora de contextos escolares. Ouvir vozes as mais diversas, alheias à opressão em contextos desprovidos de coação mercantil ou institucional, é, portanto, praticar a Educação.

Considerando-se a Educação enquanto exercício de ampliação de leitura de mundo, revela-se como fundamental aos Sujeitos o conhecimento plural de vozes representantes dos diversos valores, posicionamentos e visões que permeiam o mundo. Nessa medida, afinidades e antagonismos mostram-se educativos por promoverem o conhecimento do outro e, portanto, de si e do todo que o cerca.

O *podcast* alheio à lógica comercial da grande mídia proporciona um potencial



acrécimo na veiculação e acesso a vozes plurais, veiculadoras de temas e posicionamentos usualmente excluídos em outras mídias. Vozes que, considerando a dinâmica de privilégio aos valores hegemônicos em grupos sociais, acabam muitas vezes sendo suprimidas mesmo na Escola, destinada a ser local privilegiado de debates e diversidade.

A estrutura de produção e disseminação facilitada do *podcast* igualmente estimula a pluralidade por demandar menores investimentos financeiros e de dedicação produtiva, o que, diminuindo a necessidade da participação de equipes maiores, diminui igualmente a necessidade de acordos e concessões que usualmente acabam por suprimir vozes contrárias às opiniões hegemônicas vigentes. Em oposição à rádio comercial, o *podcast* proporciona a escolha de temas a partir do interesse espontâneo dos Sujeitos, articulando-se com os preceitos de uma educação contextualizada às particularidades de homens e mulheres.

Mesmo em relação ao exercício de tecnologias também alheias à lógica comercial, como a rádio comunitária, o *podcast* promove o acréscimo de possibilidades de expressão e acesso a vozes plurais. Se contrapostos a rádios comunitárias, cuja comunidade agrega-se principalmente por similaridades econômicas e circunstâncias aleatórias a reunir pessoas em um mesmo espaço geográfico, *podcasts*, por contarem com um grau potencialmente maior de unidade em sua comunidade – reunida por interesse espontâneo em comum –, acabam possuindo maiores chances de atendimento dos temas de interesse e posicionamentos dos ouvintes como um todo, tornando-se, assim, menos propensos à exclusão de uma parcela significativa do grupo ao qual se destina.

Além disso, as inúmeras variantes referentes tanto à usual amplitude de escolhas temáticas quanto aos tons de abordagem tomados ressaltam a pertinência educativa do *podcast*. Seu caráter plural sintoniza-se à Educação através da contextualização com as peculiaridades dos Sujeitos, que, de outra forma, estariam restritos à uniformização pela abordagem de um conjunto limitado de temáticas, em um modo igualmente uniforme de exposição e discussão.

Apesar do exposto, os estudos acerca do *podcast* na educação ainda o consideram quase que exclusivamente como uma ferramenta de veiculação de materiais escolares, ignorando, em grande medida, seus potenciais educativos aqui apresentados.

Essa percepção ressalta a necessidade de análise e consideração ampliada do

*podcast* na educação. Além de ferramenta rica para a veiculação de conteúdos escolares de aulas, palestras e afins, o *podcast* proporciona possibilidades educativas ímpares de diálogo a partir da fala e escuta a vozes ignoradas nas mídias, em múltiplas situações sociais e, diversas vezes, na própria escola.

Restringir o teor educativo do *podcast* a uma ferramenta de veiculação de conteúdos escolares é ignorar a importância da cessão do direito à fala para Sujeitos donos de interesses, valores e posicionamentos os mais diversos.

Desconsiderar a importância do uso educativo do *podcast* como amplificador de vozes em educação é depor a favor de um processo educativo de um sobre o outro, no qual vozes importantes falam e vozes tidas como periféricas calam-se: uma educação de mestres sobre alunos cujas imagens transformam-se em espelho e as vozes em eco, físico ou digital.

### Referências Bibliográficas

- Andrade, A. A. M. (2010). *Entrevista de orientação acadêmica* (oral). Entrevistador: Eugênio Paccelli Aguiar Freire. Natal.
- Andrade, A. A. M (2012). *Fragmentação e interação dos meios*. Disponível em: [www.educ.ufrn.br/arnon](http://www.educ.ufrn.br/arnon).
- Andrade, A. A. M (1993). *Novas tecnologias?* Disponível em: [www.educ.ufrn.br/arnon](http://www.educ.ufrn.br/arnon).
- Assis, P. & Salves, D. & Guanabara, G. (2010). O *podcast* no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia In: Simpósio Nacional ABCiber, Rio de Janeiro. *O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia*. Disponível em: [http://pablo.deassis.net.br/psicolog/ABCiber2010\\_podcast.pdf](http://pablo.deassis.net.br/psicolog/ABCiber2010_podcast.pdf).
- Barros G. C. & Menta, E. (2007). *Podcast: produções de áudio para educação de forma crítica, criativa e cidadã*. *Revista de Economía Política de las Tecnologías de la información y Comunicación*, vol. IX, n. 1. Disponível em: [www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br).
- BRASIL. (1998). Lei Nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Institui o Serviço de Radiodifusão Comunitária e dá outras providências. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9612.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9612.htm).
- Bufarah, A. (2003). *Rádio na Internet: convergência de possibilidades*. In XXVI Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação Intercom. Comunicação ao Núcleo de Mídia Sonora. Belo Horizonte.





- Canfil, D. C. & Rocha, D. & Paz, C. C. (2009). *Podcasts: a contribuição das novas mídias para o processo de ensino e aprendizagem em sala de aula*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação X Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul – Blumenau.
- Cebeci, Z. & Tekdal, M. (2006). *Using Podcasts as Audio Learning Objects*. *Interdisciplinary Journal of Knowledge and Learning Objects*. Disponível em: <http://ijklo.org/Volume2/v2p047-057Cebeci.pdf>.
- CGIBR (Comitê Gestor da Internet no Brasil)(2011). *TIC Domicílios e Empresas 2010*. Disponível em: <http://www.cetic.br/tic/2010/index.htm>.
- Coutinho, C. P. & Bottentuit Junior, J. B. (2007). *Comunicação Educacional: do modelo unidirecional para a comunicação multidirecional na sociedade do conhecimento*. In: CONFERÊNCIA SOPCOM, 5, 2007, Universidade do Minho, Braga. *Comunicação Educacional: do modelo unidirecional para a comunicação multidirecional na sociedade do conhecimento*. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7770?locale=en>.
- Delors, J. et al. (2001). *Os quatro pilares da educação*. In *Os quatro pilares da educação*. Educação: um tesouro a descobrir (pp. 89-102). São Paulo: Cortez.
- Freire, E. P. A. (2010). *Construindo um modelo de referência à participação ativa dos sujeitos em projetos educativos em ambiente on-line*. São Paulo: Clube de Autores.
- Freire, E. P. A. (2011). *O podcast como ferramenta de educação inclusiva para deficientes visuais e auditivos*. *Revista Educação Especial*, Santa Maria, v.24, n. 40, maio/ago. Disponível em: <http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/educacaoespecial/issue/view/210/showToc>.
- Freire, P. (1971). *Extensão ou comunicação?* Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Freire, P. (1987). *Pedagogia do oprimido*. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2009). *De 2005 para 2008, acesso à Internet aumenta 75,3%*. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1517](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1517).
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2010). *Em dezembro, volume de vendas e receita variam -0,4%*. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1558&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1558&id_pagina=1).
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2011). *Vendas no varejo ficam estáveis (0,0%) em dezembro e fecham 2010 em 10,9%, maior acumulado desde 2001*. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/>



noticia\_visualiza.php?id\_noticia=1823&id\_pagina=1.

- Ketterl, M., Mertens, R. & Morisse, K. (2006). *Alternative content distribution channels for mobile devices*. In Microlearning Conference Learning Working & Living in New Media Spaces, Innsbruck, Austria. Alternative content distribution channels for mobile devices. Disponível em: [http://www.informatik.uni-osnabrueck.de/papers\\_pdf/2006\\_02.pdf](http://www.informatik.uni-osnabrueck.de/papers_pdf/2006_02.pdf).
- Kunzie, B. (2011). *Entrevista oral (via podcast) concedida a Eugênio Paccelli Aguiar Freire*. Maio.
- Laing, C., Wotton, A. & Irons, A. (2006). *iPod! uLearn?* In International Conference on Multimedia and Information and Communication Technologies in Education, Sevilha. *Current Developments in Technology-Assisted Education*. Disponível em: <http://podcasting.thefutureoflearning.googlepages.com/514-518.pdf>.
- Medeiros, M. S. (2005). *Podcasting: Um antípoda rádiofônico*. Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Disponível em: <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/20112/1/Macello+Santos+de+Medeiros.pdf>.
- Moran, J. M. (1997). *Como utilizar a Internet na Educação*. Ciência da Informação, v. 26, n.2, p. 146-153. Disponível em: <http://www.divertire.com.br/educacional/artigos/9.htm>.
- Moura, A. M. C. & Carvalho, A. A. (2006). *Podcast: Uma ferramenta para Usar Dentro e Fora da Sala de Aula*. In *Proceedings of the CONFERENCE ON MOBILE AND UBIQUITOUS SYSTEMS* (pp. 155-158). Guimarães: Universidade do Minho.
- Paro, V. H. (2010). *Educação como exercício de poder: crítica ao senso comum em educação*. São Paulo: Cortez.
- Paula, J. B. C. (2010). *Podcasts educativos: possibilidades, limitações e a visão de professores de ensino superior*. Dissertação de Mestrado em Educação Tecnológica. Belo Horizonte: Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Disponível em: <http://www.et.cefetmg.br/permalink/19843ce4-a3e1-11df-aeaa-00188be4f822.pdf>.
- Penteado, R. Z. (199). *A Voz nas Locuções Publicitárias: possibilidades de interpretação e representação*. Revista Impulso. São Paulo, 10(22/23). Disponível em: [http://www.unimep.br/phpg/editora/revistaspdf/imp22\\_23art05.pdf](http://www.unimep.br/phpg/editora/revistaspdf/imp22_23art05.pdf).
- Tori, R. (2009). *Educação sem distância*. São Paulo: SENAC.
- Williams, B. (2007). *Educator's Podcast Guide*. Washington: ISTE. Disponível em: <http://www.breitlinks.com/podcastsforlearning/PodcastPDFs/EducatorsPodcastG>



uide.pdf.

Wolton, D. (2007). *Internet, e depois? uma teoria crítica das novas mídias*. Porto Alegre: Sulina.