

# A COMUNICAÇÃO/EDUCAÇÃO FREIREANA NA *PODOSFERA* BRASILEIRA

COMMUNICATION/EDUCATION BY PAULO FREIRE  
IN BRAZILIAN “*PODOSFERA*”

COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN POR PAULO FREIRE  
EN *PODOSFERA* BRASILEÑA

EUGÊNIO PACCELLI AGUIAR FREIRE<sup>1</sup>

**RESUMO** O *podcast*, tecnologia de oralidade distribuída sob demanda, tem o seu cenário brasileiro – conhecido como *podosfera* – constituído por uma grande pluralidade de temas, abordagens e modos expressivos. É desenvolvido lá um fluxo de expressões realizadas tanto por aqueles que produzem seus programas, quanto pelos que direcionam respostas aos produtores. O cenário em questão suscita a necessidade de identificar e compreender um possível exercício de práticas comunicativas/educativas na *podosfera*, levando em conta a perspectiva de Paulo Freire (1971), para o qual a comunicação implica aproximação entre sujeitos para a elaboração conjunta do pensamento, sendo, portanto, um ato educativo. A investigação descrita partirá de uma observação participante da *podosfera* nacional centralizada em suas principais produções. Essas serão analisadas à luz do aludido referencial freireano. Ao final, foi constatado que as práticas corriqueiras da *podosfera* brasileira, embora apresentem significativas limitações educacionais, constituem-se como eminentemente comunicativas.

**PALAVRAS-CHAVE:** PAULO FREIRE; *PODCAST*; TECNOLOGIA DE ORALIDADE; ORALIDADE DIGITAL.

**ABSTRACT** The *podcast*, orality technology distributed on demand, has its Brazilian scenario – known as *podosphere* – comprising a large plurality of themes, approaches and expressive modes. Developed there is a flow of expressions performed both by those who produce their programs, as by directing responses to producers. This scenario question raises the need to examine the questions of educational relationships expressive mentioned,

---

<sup>1</sup> Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Rio Grande do Norte/RN – Brasil.

in order to see if it would treat a communicative practice educational, this designated by reference of Paulo Freire (1971), for which the communication involves the joint participation. Subjects in the elaboration of thought, and therefore an educational act. The research described depart from participant observation of podosphere centralized national in their major productions, which will be analyzed in the light of the aforementioned reference Freire. At the end, it was found that the practice of podosphere, although they have significant educational limitations, are as eminently communicative.

**KEYWORDS:** PAULO FREIRE; *PODCAST*; TECHNOLOGY ORALITY; DIGITAL ORALITY.

**RESUMEN** La tecnología podcast, oralidad distribuido bajo demanda, tiene su escena brasileña - conocido como podosfera - que consiste en una gran pluralidad de temas, enfoques, formas expresivas. Se desarrolló allí un caudal de expresiones realizadas tanto por los que producen sus programas, como los que dirigen respuestas a los productores. La escena en cuestión plantea la necesidad de identificar y entender un posible ejercicio de comunicación / prácticas educativas en podosfera, teniendo en cuenta la perspectiva de Paulo Freire (1971), para el que se establece la participación reuniendo sujeta a la elaboración conjunta de pensamiento, es por tanto un acto educativo. La investigación descrita tomará una observación participante de podosfera nacional centralizado en sus principales producciones. Estos serán analizados a la luz de la referencia antes mencionada de Freire. Al final, se encontró que las prácticas cotidianas de la podosfera brasileña, aunque con limitaciones sustanciales educativos, constituyen tan altamente comunicativa.

**PALABRAS CLAVE:** PAULO FREIRE; DE *PODCAST*; TECNOLOGÍA DE LA ORALIDAD; ORALIDAD DIGITAL.

## INTRODUÇÃO

Uma visão educativa ampla propicia assumir-se a importância do funcionamento de instâncias educativas fora de contextos escolares. Afinal, ainda que a escola possua uma grande importância educacional, crer que os sujeitos têm a sua educação restrita àquela instituição configura uma visão ingênua, que se torna ainda mais inadequada em uma atualidade pautada por um “fabuloso acúmulo da informação em todos os domínios” (BEHRENS, 2000, p. 71). Como defendido por Paulo Freire, a educação direciona-se à ampliação da leitura de mundo, consistindo em um exercício de vida (FREIRE, 2001, p. 11) vinculando às mais diversas esferas em que os sujeitos convivem para maturar entre si suas existências. Portanto, o pensamento da educação necessita entender os fenômenos educacionais que ocorrem fora de seus muros, incluindo aqueles processos relacionados ao uso dos mais recentes aparatos tecnológicos. Nessa esfera técnica de vanguarda, uma tecnologia vem ganhando relevo no cenário nacional: o *podcast*.

A tecnologia se trata de um “modo de produção/disseminação livre de programas distribuídos sob demanda e focados na reprodução de oralidade, também podendo veicular músicas/sons” (FREIRE, 2013b, p. 47). Tecnicamente, costuma fazer uso de arquivos sonoros digitais, normalmente usados para distribuição musical, a fim de disseminar conte-

údos baseados em fala. A tecnologia encontra-se atualmente em crescente ampliação. Essa expansão, como relata Paula (2010, p. 43), “pode ser demonstrada por meio do número de ocorrências em mecanismos de busca na internet”. Nesse contexto, vale salientar que, conforme os dados trazidos por Medeiros (2005), o mecanismo de buscas *Google* registrava, no ano de 2005, 32.400.000 ocorrências de páginas em uma pesquisa por “*podcast*”. Em maio de 2016, uma pesquisa pelo termo retornava 253.000.000 páginas, das quais 1.590.000 eram de origem brasileira. Os números apresentados ressaltam a significativa dimensão ocupada pelo *podcast* no Brasil, marcando a relevância dessa tecnologia no país.

Em vista de tal crescimento, é cada vez maior o número de estudos que tratam das aplicações educacionais do *podcast*. Entretanto, tais investigações costumam deter-se nas apropriações daquela tecnologia associadas à educação formal (BARROS & MENTA, 2007; SILVA LEITE, 2012; MOURA & CARVALHO, 2006; entre outros). Por tal razão, o pensamento educacional do *podcast* costuma ignorar um aspecto relevante de desenvolvimento educativo que encontra suporte naquela tecnologia: a prática educativa da comunicação fora de contextos formais.

A última é entendida neste texto a partir do referencial de Paulo Freire, para o qual a comunicação trata-se da “co-participação do ato de pensar” (FREIRE, 1971, p. 66). A prática do diálogo implica por esse entendimento na aproximação para uma construção conjunta do conhecimento, sendo, portanto, um ato de sujeitos que se educam entre si a partir do compartilhamento de suas leituras de mundo. Vale salientar, entretanto, que um “mergulho” no referencial comunicativo de Paulo Freire apontará que a simples troca de expressões, o mero encontro de falas, não configura comunicação se não alcançar o exercício supracitado.

O cenário de *podcasts* brasileiros, conhecido como “*podosfera*”, indica ser pautado pelo encontro expressivo dos sujeitos. Observa-se constantemente nesse âmbito a troca de falas entre eles, seja a recepção pelo público das expressões dos produtores de *podcasts* – denominados *podcasters* –, seja o envio de mensagens da audiência por vários meios: comentários em *blogs*, *e-mails*, fóruns *on-line*. Em igual medida, é perceptível um fenômeno no qual diversos ouvintes acabam por inserir as suas vozes na *podosfera*, fundando os seus próprios programas, assim como são constatados casos em que membros da audiência passam a integrar as falas de um programa que escutavam. O crescimento desses acontecimentos ocorre em um cenário composto por *podcasts* que trazem abordagem de temas, posicionamentos e modos de expressão verbal diversos, marcando uma pluralidade vocal pouco vista em outros cenários tecnológicos, como o radiofônico em suas diferentes modalidades (FREIRE, 2012, p. 18).

O funcionamento apresentado implica o desenvolvimento de um significativo campo informativo de expressões realizadas pelos sujeitos. Em vista disso, emerge a necessidade de investigar-se aspectos pontuais desse fluxo informativo, de forma a identificar se, em meio a essa pluralidade, haveria relações significativas com o desenvolvimento de práticas comunicativas sob a perspectiva educacional elencada neste estudo. Partindo da demanda apontada, este artigo, oriundo da tese “*Podcast na educação brasileira: natureza, potenciais*

e implicações de uma tecnologia de comunicação” (FREIRE, 2013c), examinará a *podosfera* brasileira de modo a identificar nesse âmbito a possível presença da comunicação preconizada por Freire, de forma a compreender como ocorre esse processo no contexto da *podosfera* e se tais ações relacionar-se-iam com o referencial comunicativo/educativo de Paulo Freire. Dessa maneira, busca-se responder à seguinte questão: haveria na *podosfera* uma inserção significativa da comunicação/educação freireana?

Na busca pela realização de tal intento, em um primeiro momento serão oferecidos os parâmetros teórico-metodológicos desta pesquisa. Para isso, serão descritos os procedimentos que guiarão a observação da *podosfera* realizada. Tal ação será precedida pela apresentação do *podcast*, sua natureza educativa e atualidade. Isso será realizado a fim de situar o leitor no tema tratado. Também será aclarado o conceito de comunicação de Paulo Freire, relativizando o entendimento do estudioso ao de outras correntes teóricas que versam sobre o mesmo tema. Esse procedimento será tomado no intuito de esclarecer e balizar a perspectiva educacional do *podcast* aqui abordada. Os passos apontados proverão alicerce para a análise da *podosfera* nacional, desenvolvida a fim de prover o alcance do objetivo eleito neste artigo.

## ASPECTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS

As seções seguintes servirão para esclarecer a temática, os procedimentos e referenciais teóricos que guiam este estudo. Tais explicações servirão para prover o alicerce da análise da *podosfera*, ponto central deste artigo.

### A tecnologia *podcast*

O *podcast* consiste tecnicamente em “um processo mediático que emerge a partir da publicação de arquivos áudio na internet” (PRIMO, 2005, p. 17). Embora existam *podcasts* destinados apenas à veiculação de músicas, a maioria dessas produções realiza-se por meio de falas dos participantes, promovendo exposições de conteúdos, relatos de acontecimentos, bate-papos ou debates informativos sobre temas os mais diversos. Os *podcasts* são geralmente distribuídos a partir de um arquivo digital de música.

A miniaturização dos dispositivos de áudio, bem como a incorporação de funções de tocador de MP3 a diversos aparelhos associa a execução e gravação do *podcast* a diversos aparelhos, situações e momentos do dia a dia. A viabilidade financeira da produção em *podcast* ressalta-se também pela possibilidade de sua disponibilização *on-line* sem custos.

Pelos quesitos expostos, o *podcast* desvela facilidades de produção e acesso justificantes de sua larga disseminação e oferecimento de novas possibilidades educacionais práticas. Nesse contexto, apesar dos aspectos técnicos de vinculação a arquivos digitais de áudio, a tecnologia aqui tratada dispõe de uma modalidade voltada para deficientes auditivos, o “*podcast* para surdos”. Esse consiste na transcrição das falas dos programas para texto, realizada a partir do cuidado em preservar as características de oralidade das expressões transcritas por meio da manutenção do modo expressivo próprio dos *podcas-*

ters (FREIRE, 2011, p. 201) – termo que define aqueles que produzem *podcasts*. Assim, a consideração de um entendimento educacional unificador das esferas sonoras e escritas do *podcast* possibilita que essa tecnologia seja entendida além de seu foco técnico. Por essa ótica, o *podcast* é caracterizado não como uma tecnologia de áudio, mas de oralidade (FREIRE, 2013b, p. 42).

Em tal direção, o *podcast* ganha importância como recurso educacional em vista das características descritas tornarem aquela tecnologia apta a propiciar novos modos de realização de atividades educacionais. No âmbito escolar, o uso do *podcast* pode ampliar tempos e espaços escolares, além de prover o reaproveitamento de materiais de outras tecnologias, como o rádio. O fomento ao desenvolvimento oral e a abertura a novos modos expressivos, a viabilização de práticas lúdicas e o uso para a introdução informal de temas curriculares constituem outras utilizações escolares da tecnologia em questão (FREIRE, 2013a, p. 7-9).

Como será mais bem explicado posteriormente, o teor educacional daquela tecnologia indica também estender-se a cenários não escolares, como aquele que será focado no presente artigo. Por essa razão, constata-se a relevância do lançamento de um olhar analítico à esfera expressiva do exercício nacional dessa tecnologia.

### **Metodologia de observação da *podosfera***

A observação da *podosfera* brasileira, a qual forneceu subsídios às análises do corrente trabalho, foi realizada durante a elaboração da tese da qual se origina este artigo. No delineamento temático do estudo, a efetivação do olhar lançado à *podosfera* ocorreu por meio de uma observação participante, segundo os parâmetros definidos por Peruzzo (2006, p. 125). O procedimento foi viabilizado pela audição por parte do pesquisador de cerca de cinco centenas de programas em *podcast*. Desse *corpus*, foram destacadas as ocorrências examinadas na análise deste estudo. A partir disso, ocorreu a participação, nos grupos de audiência dos programas, do pesquisador responsável por este trabalho. Vale salientar que o foco do olhar descrito direcionou-se aos *podcasts* “não comerciais”, referidos neste texto apenas pelo termo *podcasts*. Essa decisão foi tomada em razão de tais produções constituírem a principal modalidade de uso de tal tecnologia no país (FREIRE, 2013c, p. 20).

Em vista da óbvia percepção de que em um cenário marcado por centenas de produções haverá o seguimento dos mais diversos parâmetros, do mais ao menos comunicativo, será buscado nesta pesquisa a identificação de um possível exercício comunicativo freireano no âmbito da *podosfera*, para tanto, levando-se em conta práticas inseridas na multiplicidade expressiva daquele contexto tecnológico. Para isso, o olhar lançado alcançou grandes produções daquele cenário, a fim de observar o entorno dos *podcasts* que reúnem o que pode se supor constituir a maior parte dos usuários da *podosfera* nacional.

De modo a auxiliar no levantamento das produções de maior visibilidade no país, foi seguida uma perspectiva comparativa considerando o número usual de postagens de comentários pelos usuários entre *podcasts* comerciais e não comerciais. Concentrado no

mesmo objetivo, foi feito uso dos números do projeto “Prêmio *Podcast*”<sup>1</sup> em sua edição mais recente, de 2009. Esse concurso consistiu em uma eleição do público que votou pela internet para eleger os melhores *podcasts* do Brasil. Ainda no intuito de elencar as principais produções nacionais, os dados de audiência da *Podpesquisa* 2009<sup>2</sup> foram utilizados como referência. Como indicou investigação anterior (FREIRE, 2013e), a pesquisa se trata do maior levantamento estatístico sobre o uso brasileiro de *podcast* até 2010, e, embora conte com limitações metodológicas, “caracteriza-se como iniciativa apta a traçar um perfil representativo da apropriação social do *podcast* no Brasil” (IBIDEM). Porém, vale salientar que no presente estudo não foram deixados de lado programas de menor audiência, que acabaram formando parte significativa dos episódios consultados.

No que diz respeito à seleção das fontes de observação aqui realizada, é possível afirmar que essa não se centralizou na busca por representatividade estatística, mas esteve “mais ligada à significação e à capacidade que as fontes têm de dar informações confiáveis e relevantes sobre o tema de pesquisa” (DUARTE, 2006, p. 68). Desse modo, foi feito uso, segundo a classificação de Duarte, de “seleção intencional”, na qual “o pesquisador faz a seleção por juízo particular, como conhecimento do tema ou representatividade subjetiva” (IBIDEM, p. 68).

Foram ouvidos produtores relevantes da *podosfera* brasileira, idealizadores de *podcasts* de grande audiência ou de importantes iniciativas na área, bem como as falas do público daquelas produções. Essa escuta ocorreu por meioatravés da audição de vários depoimentos expressos em *podcasts* por seus próprios realizadores e pela consideração das mensagens enviadas aos programas e postadas nos comentários dos *blogs* dos *podcasts*. Foram também realizadas entrevistas com Beatriz Kunze, que produziu o primeiro *podcast* para surdos do país, e Raquel Pires, uma das realizadoras do *Monacast*,<sup>3</sup> programa sobre o universo feminino notório na *podosfera*. Tais interlocuções foram realizadas a distância, sendo a primeira por meio do envio de perguntas por *e-mail* e resposta via áudio digital gravado por Kunze e a segunda pelo uso de *e-mail*.

## A Comunicação/Educação pela perspectiva de Paulo Freire

Este artigo utilizará a concepção de Paulo Freire acerca da comunicação. Em vista disso, necessita-se apresentar tal conceito, bem como localizá-lo diante de outras abordagens que versam sobre o fenômeno da comunicação.

É possível afirmar que, de acordo com a perspectiva freireana (FREIRE, 1971), educação e comunicação não são próximas, mas sinônimas. Por esse referencial, comunicar-se é educar-se, e vice-versa. Assim, por esse prisma não há sentido no uso do termo “comunicar”, em entendimentos que trazem afirmativas como “crianças e jovens gostam de utilizar e comunicar com as tecnologias” (DIEGUES & COUTINHO, p. 2). Isso ocorre porque, na ótica aqui seguida, a comunicação é processo, e não ação; instância de convivência dialógica que prevê, necessariamente, a participação de um interlocutor. Desse modo, no

<sup>1</sup> Embora o *site* do projeto já esteja extinto, em 2013 o *twitter* da iniciativa ainda encontra-se disponível em: <[twitter.com/premiopodcast](https://twitter.com/premiopodcast)>.

<sup>2</sup> Disponível em: <[www.podpesquisa.com.br](http://www.podpesquisa.com.br)>.

<sup>3</sup> Disponível em: <[www.monalisadepijamas.com.br/category/podcasts](http://www.monalisadepijamas.com.br/category/podcasts)>.

sentido aqui tomado, o sujeito não “comunica” ao outro, mas “comunica-se” com o outro. A simples expressão de alguém, entendida pelo senso comum como “comunicar”, aqui é compreendida como uma ação informativa caso não esteja caracterizada pelos aspectos básicos da comunicação freireana, os quais serão mais bem explicitados a seguir.

Os interlocutores, na concepção de Paulo Freire, diferem daqueles presentes no entendimento clássico das teorias da comunicação, pautadas no alicerce da relação “emissor-mensagem-receptor”, inseridas no que se poderia chamar de “perspectiva vetorial” da comunicação (ANDRADE, 2012, n. p.). Nessa concepção, se dá mais importância à direção do trânsito de informações que aos seus efeitos na leitura de mundo dos envolvidos. Exemplos da perspectiva citada são encontrados em diversas teorias oriundas dos estudos de recepção de mensagens dos veículos de informação, realizados desde a década de 1930. Para apontar alguns exemplos de tais formulações teóricas, é possível citar a Teoria Hipodérmica, Teoria da Persuasão, Teoria do Agendamento, *Newsmaking*, *Gatekeeper* (WOLF, 1994).

Nessas formulações, emissor, receptor e mensagem ganham inúmeras configurações, porém, sem jamais fugir da concepção de similaridade entre troca de informações e comunicação (ANDRADE, 2012, n. p.), leitura incompatível com os norteadores educativos aqui tomados. O posicionamento afirmado sustenta-se porque, embora envolva troca de informações, a noção de comunicação aqui elencada é entendida como um processo significativamente mais complexo, o qual demanda condições próprias para a sua efetivação. Tais condições serão expostas a seguir.

De modo a contrapor o entendimento da comunicação enquanto estrita troca de informações, vale afirmar que o interlocutor referido na noção de comunicação aqui seguida trata-se do sujeito que exerce, junto a outro, o pensamento. O contraditório dessa noção aponta ao exercício de uma educação bancária, baseada no pejorativo “depósito” de informações prontas do mestre no aprendiz (FREIRE, 1987, p. 58). Nessa medida, não há como considerar comunicativas trocas expressivas motivadas por motivos alheios à participação conjunta no pensamento e à convivência dialógica apta a ampliar a leitura de mundo dos interlocutores. Por essa razão, é possível afirmar que se distanciam da comunicação, por exemplo, realizações tecnológicas pautadas estritamente por objetivos mercantis ou publicitários. Para o alcance de tais metas, importa menos o crescimento mútuo dos envolvidos e mais a obtenção de lucro financeiro ou a construção de uma imagem positiva de pessoas ou instituições, muitas vezes independentemente dos fatos que poderiam ser utilizados para valorar positiva ou negativamente os indivíduos e instituições supracitadas.

A relação comunicativa aqui tratada faz referência àquela que se dá por meio da consideração do outro enquanto diferente, mas não desigual, como sublinhado por Arnon de Andrade (2012, n. p.). Remete-se aqui a “outro” que, pela razão exposta, ultrapassa uma caracterização de um sujeito “estranho”, sendo visto como uma espécie de “eu diferente”, “outro dos meus”. É constituída, assim, uma ótica que tende a materializar um aspecto afetivo que poderá auxiliar no alcance, por parte de cada indivíduo, da capacidade de questionamento sobre as próprias verdades a partir da abertura ao contraditório, ao caminhar dialético ocorrido entre sujeitos que se comunicam e se educam entre si.

Viabiliza-se pelas direções expostas a fuga de dogmas em favor da aceitação do caráter dinâmico do mundo, ampliando a leitura deste pelos sujeitos a partir de uma ótica balizada pela ciência. Tal prisma científico é aqui apontado como objetivo educativo de buscar mais os fatos que a fé, mais o equilíbrio que o atendimento de valores próprios, mais uma realidade objetiva que os desejos de um mundo ideal, mantendo, ainda, a afetividade e se entregando, desse modo, à ação dialética de sofisticar-se a partir das antíteses dos sujeitos afins, construídas em encontros dialógicos.

Nesse ponto, a visão de Paulo Freire de educação, vista como ampliação de leitura de mundo, converge para a concepção de diálogo do autor, motor da prática comunicativa definida pelo professor pernambucano. Lemos o mundo e, por isso, somos educados, condição que, por meio do diálogo, propicia que nos eduquemos para sofisticar a leitura daquele mundo. Desse modo, o diálogo torna-nos mais competentes para ler o mundo, ao passo que tal leitura nos faz mais aptos ao diálogo. Pelo referido exercício recursivo, a ação dialógica revela-se essencial para enxergar o mundo lucidamente, pondo à prova, a partir de outras óticas, a visão idiossincrática de cada sujeito. Nesse direcionamento, dialogar é tornar-se apto a ler o mundo de forma mais ampla e madura, desenvolvendo-se em fuga da incompletude congênita humana, fazendo-se, no entendimento apontado por Gadotti (1981, p. 45), homem e mulher a partir da palavra através da qual se fala, percebe-se e se constrói o mundo.

### **Por que uma educação comunicativa?**

Pelo referencial seguido neste estudo, ações educativas estarão aquém de seus potenciais se acontecerem desvinculadas da busca pelo conhecimento das mais diversas vozes constituintes do mundo a ser lido. A referida demanda educativa por multiplicidade remonta também às possibilidades de expressão da voz do sujeito em contato com as demais.

A educação por esse prisma apresenta-se mais próxima das contradições, típicas da interseção livre de individualidades, que dos consensos fabricados coercitivamente em grande parte das ações escolares, como detectado por Paro (2010, p. 60). Assim, a liberdade expressiva e a consequente exposição às antíteses de seus valores próprios propiciam a homens e mulheres uma ampliação de possibilidades de crescimento educativo. Devido a isso, é possível afirmar que a educação do cristão demanda conhecer o ateu, a do heterossexual o conhecimento do homossexual, a do liberal o contato com o conservador e, em todos esses casos – e em tantos outros –, vice-versa. Ignorar certas vozes por essas representarem visões divergentes, ou mesmo por não atenderem a interesses diversos (comerciais, políticos, religiosos, entre outros), corresponde, portanto, a uma ação contrária à educação.

### **A pesquisa brasileira**

Revela-se imanente o campo de estudos sobre as perspectivas educacionais oriundas das relações comunicativas da *podosfera* nacional. É possível afirmar que, na pesquisa bibliográfica deste trabalho, não se encontraram estudos dedicados especificamente à delimitação supracitada, que não a própria tese que este artigo busca aprofundar. Observa-se que a literatura possui poucas pesquisas que poderiam ser apontadas como detentoras de



proximidade com a que se busca aqui realizar. Contudo, tais estudos ou se dedicam-se a examinar as dimensões comunicativas do *podcast* em contextos educativos formais, ou, ao tratar de contextos informais, se limitam a analisar o modelo comunicativo do *podcast* sem abordar detidamente os seus aspectos educacionais no exercício nacional.

A última caracterização pode aplicar-se a trabalhos como os de Assis; Salves; Guanabara (2010), dedicado a oferecer um panorama sobre a *podosfera* brasileira, bem como identificar as implicações do modelo de produção livre e plural do *podcast* no acréscimo ao fluxo comunicativo nas esferas da produção e acesso a expressões orais no Brasil. Nessa mesma direção, sem deter-se especificamente ao cenário nacional, Primo (2005) trata das implicações que a abertura expressiva do *podcast* ocasiona no fluxo comunicativo e nos desdobramentos interacionais desse fenômeno.

A abordagem de contextos formais, por sua vez, constitui a tônica dos trabalhos que examinam o uso educacional do *podcasts* no Brasil. Esse é o caso do estudo desenvolvido por Canfil & Rocha & Paz (2009), que trata das implicações da flexibilização temporal e espacial na comunicação desenvolvida a partir do *podcast*. Os autores analisam diversas experiências de apropriação prática da oralidade tecnológica no contexto comunicativo da educação formal identificando vários efeitos positivos entre os estudantes. Em um caminho similar, pesquisas como as de Marques; Reis (2011), De Castro; Conde; Paixão (2014), Do Nascimento (2015), entre outros trabalhos afins, abordam experiências que, em diversos níveis formativos, analisam como o *podcast* pode prover inovações à comunicação na educação formal de modo a constituir novos espaços expressivos para uma educação mais dinâmica. Já trabalhos como os de Leite (2013), Dos Reis; et al. (2014), Silva; Das Neves Bodard (2015), entre outros afins, buscam descrever parâmetros para o desenvolvimento de ações escolares que, apoiadas no *podcast*, subsidiem uma comunicação assíncrona adequada a uma melhor aprendizagem de conteúdos curriculares.

A descrição dos caminhos traçados pelos estudos que se aproximam do que aqui se propõe apontam relações de proximidade moderada. Essa constatação subsidia a percepção de que o estudo aqui pretendido aborda uma temática ainda pouco explorada na literatura da área. No escopo bibliográfico levantado, detectou-se uma carência de estudos que investiguem o uso educativo do *podcast* no Brasil além da educação formal. A deficiência referida estende-se para a abordagem específica da presente pesquisa: o estudo da dimensão comunicativa e implicações educacionais do exercício da *podosfera* nacional.

## **ANÁLISE COMUNICATIVA DA *PODOSFERA* BRASILEIRA**

O olhar aqui lançado observou na *podosfera* o compartilhamento, pelos sujeitos, de interesses comuns em torno dos temas abordados nas produções. Desse modo, é perceptível que as múltiplas possibilidades de troca de falas em vista das capacidades técnicas do meio *on-line* acabam servindo à constituição de um cenário permeado pela interseção de dados do universo em comum entre os usuários. Tal aspecto revela-se fundamental para o desenvolvimento de práticas condizentes com a perspectiva comunicativa de Paulo Freire.

Segundo o autor, a comunicação supera a simples emissão de comunicados – prática não dialógica – ao caracterizar-se pelo pensamento conjunto dos interlocutores em torno de um mesmo objeto cognoscível (FREIRE, 1971, p. 65). Nessa medida, a reunião em torno de temas que unem sujeitos em um fluxo de falas indica constituir a base de processos que, caso angariem outras características da comunicação preconizada por Paulo Freire, poderiam ser identificados como comunicativos no contexto deste estudo. Em vista disso, necessita-se retomar outros elementos do conceito de comunicação de Paulo Freire para identificar suas possíveis presenças no cenário em análise.

O professor pernambucano elenca a necessidade de abertura expressiva para o efetivo exercício da comunicação. Dessa forma, o objeto em comum, representado pelos temas compartilhados na *podosfera*, deve atuar como mediatizador da comunicação, não como mero assunto de comunicados. Em outras palavras, é essencial que o fluxo expressivo pautar-se pela cessão de oportunidades de fala a todos os envolvidos e que tais expressões atuem como mote de aproximação de sujeitos que buscam pensar em conjunto.

Tal aproximação é percebida nas práticas realizadas no contexto da *podosfera* nacional. É comum encontrar-se naquele cenário uma postura de busca por aproximação entre produtores e audiência para o exercício de conversas, troca de opiniões e ideias que implicam o desenvolvimento coparticipativo de pensamentos entre público e *podcasters*. Tem-se, assim, uma característica essencial para a comunicação freireana, pautada por uma “reciprocidade que não pode ser rompida” (FREIRE, 1971, p. 67). A observação da *podosfera* indica que a busca por essa relação expressiva constitui um grande alicerce motivacional ao trabalho realizado no cenário nacional. Esse entendimento encontra subsídio no depoimento do *podcaster* Diego Gomes Castro, explicando seu intuito ao realizar *podcasts*:

[...] você só faz porque, sei lá, tu quer dividir opinião [...] tem gente que realmente gosta do que você faz. Isso é o que move o *site*, cara. [...] Sério, não é a grana, gente. A gente não recebe grana por isso. A gente tem *déficits* aqui, a gente tá devendo dinheiro a si mesmo aqui. A gente só gasta (CASTRO & SIQUEIRA, 2012, n.p.).<sup>4</sup>

As palavras de Castro revelam uma motivação recorrente na *podosfera*: o desejo de utilizar o *podcast* como uma instância de convivência discursiva. Tal motivação perdura mesmo diante de um contexto carente de lucro econômico, pautado, por vezes, até mesmo por prejuízos financeiros aos produtores, que arcam com essa desvantagem para que possam manter uma relação comunicativa com os ouvintes. O intuito percebido é também reproduzido nas declarações do *podcaster* Mr. Bubbles, ao expressar que “Se você tem interesse comercial no seu *podcast*, nossa recomendação é ‘não faça um *podcast*’” (CASTRO & SIQUEIRA, 2012, n.p.).

A percepção de prevalência das motivações descritas encontra mais subsídios no exame de significativa parte das produções da *podosfera* brasileira. O lançamento de um olhar a tais realizações aponta que uma relevante parcela destas não costuma contar com progra-

<sup>4</sup> Para manter o teor de oralidade das falas expostas colhidas por áudio, optou-se por manter as gírias e as fugas da norma culta das expressões originais.

mas patrocinados ou mesmo publicidade em seus *blogs*. Nesse contexto, enquanto produções como o “Escriba Café” trabalham com doações, outras promovem ações comerciais simples, como a venda de camisetas dos programas, realizada no intuito de angariar fundos para o pagamento de despesas relativas a servidores para armazenamento dos arquivos digitais dos *blogs* e *podcasts*. Exemplos de programas que realizam esse tipo de venda são o *WeRgeeks*,<sup>5</sup> *Jurassicast*<sup>6</sup> e *Monacast*, entre outros.

Poucos são os programas nesse meio que se encontram realmente produzindo lucro financeiro, promovendo para isso episódios patrocinados e dispendo de lojas diversificadas. Um dos poucos exemplos dessas produções é o *Nerdcast*.<sup>7</sup> Este, por meio da loja do *blog* “Jovem Nerd”, vende artigos como baralhos, canecas, toalhas, bonecos, entre outros objetos afins. Além disso, edita livros, como *A Batalha do Apocalipse*, do autor Eduardo Spohr, que, após vender 4.500 cópias *on-line*,<sup>8</sup> foi publicado posteriormente pela Editora Verus, chegando, em 2010, a ocupar a oitava posição dos livros de ficção mais vendidos do Brasil.<sup>9</sup>

Os quesitos expostos propiciam observar a *podosfera* brasileira como um cenário no qual se indicar ser comum que a busca pela audiência ganhe motivações distintas daquelas vistas usualmente em outros meios. No contexto em questão, a audiência não costuma ser reunida para servir de instrumento de venda publicitária, como visto corriqueiramente nas empresas comerciais de informação, tampouco é acessada para fins jornalísticos, focados na distribuição de informações para determinada comunidade, algo observado em outros meios não profissionais, como na esfera radiofônica comunitária (FREIRE, 2013b, p. 12). Dessa forma, percebe-se no cenário em questão características que se sintonizam com o exercício do diálogo entre sujeitos ativos em detrimento de ações informativas ou persuasivas. Essas preveem alguns detentores da fala e outros, passivos, ocupantes do papel de quem recebe conhecimentos e informações resultantes de uma transferência (FREIRE, 1971, p. 26), a qual pode ser denominada ironicamente como “bancária” (IBIDEM, p. 67).

A oposição apontada mostra-se fundamental para desvelar os aspectos educativos da análise comunicativa aqui posta em curso. Nessa medida, o entendimento freireano da comunicação como um ato de educação é fundamental para identificar os aspectos educativos da *podosfera* nacional. A comunicação para Paulo Freire é sinônima à educação ao pautar-se pelo exercício do pensamento em conjunto em um processo de um com o outro, não de um sobre outro. Não à toa, o estudioso rechaça a ideia de extensão como uma prática de um grupo que ocupa o papel de detentor do saber que deve ser transmitido a determinado conjunto de “ignorantes” de certo tema (FREIRE, 1971, p. 22). Dessa forma, ganha relevo a concepção de “educador-educando” e “educando-educador”, sujeitos que aprendem juntos a partir do questionamento, do exercício dialético do contraditório, do desvelamento dos posicionamentos dedicados a evitar perspectivas ingênuas que atribuem pretensa neutralidade na comunicação/educação.

<sup>5</sup> Disponível em: <wergeeks.net/category/podcast>.

<sup>6</sup> Disponível em: <jurassicast.com.br>.

<sup>7</sup> Disponível em: <jovemnerd.ig.com.br/categoria/nerdcast>.

<sup>8</sup> Informação disponível em: <revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/0,,EMI161543-15220,00.html>.

<sup>9</sup> Informação disponível em: <jovemnerd.ig.com.br/jovem-nerd-news/livros/a-batalha-do-apocalipse-entre-os-10-livros-mais-vendidos-de-ficcao>.

Assim, a forte inserção na *podosfera* brasileira da opinião, do debate aberto, da menor consideração da atualidade informativa em favor da reprodução da conversa permeada por temas, atuais ou antigos, comuns a participantes e audiência, indica possuir relações significativas com os aludidos norteadores educacionais do entendimento da comunicação/educação desenvolvido por Paulo Freire. Nesse contexto, é válido afirmar que um significativo intento dos *podcasters* “é conhecer pessoas que têm gostos parecidos [...]. São pessoas que admiram o que você fala porque elas gostam daquilo também” (CASTRO & SIQUEIRA, 2012, n.p.). Esse intento é marcado por uma notória propensão à quebra da hierarquia que separa produtores e consumidores, tradicionalmente associada a tecnologias como a televisiva, como afirma Andrade (2011, p. 6). O rompimento aludido é possibilitado pelo uso dos meios digitais no entorno do *podcast* que permitem a fala da audiência. Exemplos desses são os *blogs*, redes sociais e fóruns *on-line*.

Dessa forma, os aspectos analisados levam à caracterização da *podosfera* como uma instância na qual se encontra a comunicação/educação definida por Paulo Freire. Todavia, necessita-se avaliar a amplitude da relação supracitada, ou seja, buscar a compreensão sobre qual seria a dimensão das oportunidades expressivas particulares entre os diferentes tipos de interlocutores da *podosfera*, contexto, esse, marcado pela presença de ouvintes e produtores de *podcasts*. Tal análise será posta em curso a seguir.

## **Quebra hierárquica na aproximação dos interlocutores na *podosfera***

Inicialmente, necessita-se aprofundar a reflexão acerca da quebra hierárquica previamente descrita, de modo a entender sua amplitude e implicações comunicativas/educacionais. Para isso, é necessário levar em conta a percepção de que na *podosfera* a expressão dos ouvintes ainda se mostra de menor visibilidade que aquelas disseminadas por meio dos produtores via *podcast*. Afinal, é patente o maior interesse da audiência em ouvir os programas em comparação à leitura ou audição de expressões dos próprios ouvintes nos meios de troca de mensagens.

Constata-se, assim, que na *podosfera* o principal instrumento de derrocada da hierarquia que marca a relação entre realizadores e ouvintes diz respeito à possibilidade facilitada que o público possui para constituir os seus próprios programas. Por esse caminho, a troca de falas pode fluir em instâncias hierárquicas semelhantes, nas quais um ouvinte pode produzir o seu próprio *podcast* em resposta a outro, ou mesmo por influência de um dado programa, como o *Nerdcast*, que é inspiração declarada de diversos *podcasts*, como o *Nerdesigner* e *Filecast*.<sup>10</sup> Também são comuns circunstâncias em que ouvintes passam a produzir *podcasts* em vista do fim do programa que escutam. Esse fenômeno será examinado em seção posterior deste artigo.

Pelas circunstâncias referidas, pode ser suprida a necessidade de detenção de oportunidades de expressão por todos os interlocutores para o exercício da comunicação/edu-

---

<sup>10</sup> A recepção da influência aludida por parte dos dois *podcasts* referidos é expressa pelas falas veiculadas na página disponível em: <nerdesign.wordpress.com/2008/06/06/top-best-5-podcasts-que-viciam>. Ambos os programas citados encontram-se acessíveis, respectivamente, nos seguintes endereços: <nerdesign.wordpress.com/tag/podcast> e <www.podpods.com.br/listar\_podcast/27/Filecast>.

cação freireana. Todavia, a observação detida do cenário em análise aponta limitações relevantes para as oportunidades expressivas em discussão. Mesmo em um cenário no qual a maioria dos usuários tem acesso à produção de programas, constata-se a inexistência de uma derrocada plena de quesitos hierárquicos no âmbito daquelas realizações. Isso se deve à existência de distinções de visibilidade e produção no âmbito *on-line* do *podcast*. Em vista das diferenciações em questão, *podcasts* de maior audiência costumam deter a primazia nas possibilidades de escuta pelos usuários, bem como *podcasters* experientes tenderão a realizar programas com maiores chances de chamar a atenção do público. Por essa razão, cabe ressaltar que a presença dos citados fatores de distinção entre os falantes acaba por influir na busca por uma situação dialógica ideal, na qual os interlocutores possuiriam iguais possibilidades de expressão e escuta.

A hierarquia observada na *podosfera*, entretanto, demonstra ser insuficiente para desstituir a associação das práticas em questão com a comunicação/educação freireana. Afinal, a comunicação, como qualquer atividade social, distancia-se de poder ser regida por parâmetros exatos. Por tal razão, a não plenitude da quebra hierárquica aludida indica não desstituir a *podosfera* de ser local de prática da comunicação/educação. Essa perspectiva ganha força ao considerar-se a já realizada análise das motivações expressivas e das implicações dessas no teor do fluxo de falas gerado pelo uso da oralidade tecnológica do *podcast*.

## **PERSPECTIVAS COMUNICATIVAS DE *PODCASTS*: MONETIZADOS VS. NÃO-MONETIZADOS**

Estando, como visto, significativamente alheios ao lucro pecuniário, os *podcasts* brasileiros geralmente prescindem do exercício de práticas publicitárias, normalmente relacionadas à divulgação exclusiva de aspectos positivos daquilo que anunciam. Por essa razão, observa-se no *podcast* um significativo distanciamento de realizações expressivas constituídas pela omissão de aspectos de leitura de mundo que poderiam tornar-se obstáculo a objetivos comerciais daqueles que dão vazão à voz. Na via contrária desse direcionamento, cede-se espaço na *podosfera* para um modo de agir mais aberto, propício a promover uma ampla exposição das leituras de mundo de seus participantes, a qual, pode se supor, teria sua realização inviabilizada caso estivesse inserida em uma atmosfera eminentemente comercial.

A possibilidade de abertura ao desvelamento da leitura de mundo dos sujeitos, identificada na *podosfera*, constitui uma característica fundamental ao desenvolvimento da comunicação/educação freireana. De acordo com Freire, o ato educacional deve pautar-se pela revelação da leitura de mundo dos envolvidos, superando a pretensa “neutralidade” de qualquer concepção envolvida no processo da comunicação. Nesse sentido, a educação, vista por Paulo Freire como maturação da leitura de mundo entre sujeitos em comunicação, necessita estar aberta à tomada de posicionamento de forma a que supere a coerção do capital. Esta se marca pelo intento de persuadir um público para que este assuma certo posicionamento social ou de consumo, independentemente de reflexões oriundas da relação dialética de concepções distintas. Frente a tais concepções, a forte presença de produções que não possuem seu alicerce em relações comerciais com anunciantes publicitários enfatiza a aproximação da *podosfera* com a comunicação/educação identificada por Paulo Freire.

A associação da *podosfera* aos preceitos comunicativos descritos ganha força a partir da análise do depoimento de uma das produtoras do *Monacast*, *podcast* não monetizado, que figura entre as maiores produções dessa tecnologia no país:

Procuramos não falar palavões gratuitamente. Às vezes, a Eubalena, a mais “desbocada” e engraçada do grupo, solta algum palavrão, mais como uma exclamação. Como é programa de entretenimento e humor, não há tanto problema nisso. Com anunciantes, é claro que teremos um pouco mais de cuidado, e não iremos também criticar o patrocinador. Isso não se faz! rrsrs<sup>11</sup> (PIRES, R., 2012, n. p.).

As intenções explicitadas pela *podcaster* indicam a monetização em *podcasts* como fator que tende a ocasionar limitações ao processo de desvelamento da leitura de mundo dos sujeitos participantes. Apesar disso, necessita-se relativizar a tendência observada a partir da consideração das particularidades da constituição comercial brasileira do *podcast*.

Percebe-se que não há razão em se considerar *podcasts* monetizados como inaptos para servir de ponto de práticas comunicativas. Ao contrário, a observação dos fãs, por exemplo, do *Nerdcast*, atesta a enorme capacidade dessa produção em reunir sujeitos para o debate. Em torno dela, indivíduos aprofundam os temas que norteiam os programas em discussões realizadas em redes sociais, por meio de fóruns relativos ao *podcast* (FREIRE, 2013d, p. 122), nos comentários de seu *blog* e mesmo em encontros físicos, organizados pelos fãs do programa em diversas cidades do país. Além disso, não pode ser desconsiderado o já citado papel dessa produção no desenvolvimento de outros falantes em *podcast*.

Todavia, é necessário considerar a influência da inserção de fatores financeiros nessas produções como relevantes aos aspectos comunicativos desses programas, restringindo a amplitude da relação desses *podcasts* com a comunicação/educação freireana. Ainda utilizando como referência o *Nerdcast*, percebe-se que sua inserção publicitária é ocasional, não estando presente na maioria dos episódios. Além disso, mostra-se posterior à delimitação temática geral do *podcast* – realizada no período inicial e desmonetizado desse programa, voltado ao “universo *nerd*”.<sup>12</sup> Esse modelo é seguido de forma relativamente similar pelos *podcasts* “Matando Robôs Gigantes”,<sup>13</sup> “Café Brasil”<sup>14</sup> e *Rapaduracast*.<sup>15</sup>

As particularidades descritas atenuam nos *podcasts* monetizados às limitações expressivas advindas de fatores comerciais. Porém, como já afirmado, no cenário em questão não há como desconsiderar aqueles quesitos mercantis por completo. Nesse contexto, é sensato assumir que algumas situações podem ocasionar circunstâncias conflitantes. Um exemplo desse tipo de situação ocorre quando há a oferta de uma boa quantia por um patrocinador para apresentar-se em um *podcast* monetizado um filme, livro ou série

<sup>11</sup> Como tal entrevista foi realizada por *e-mail*, a respondente utiliza o termo “rrrs”. Este busca emular o riso do personagem Mutley, integrante do desenho animado “Corrida Maluca”.

<sup>12</sup> Conjunto de temas que abrigam assuntos como *games*, tecnologia, cinema, literatura, quadrinhos e cultura pop.

<sup>13</sup> Disponível em: <jovemnerd.ig.com.br/matando-robos-gigantes>.

<sup>14</sup> Disponível em: <www.podcastcafebrasil.com.br>.

<sup>15</sup> Disponível em: <www.cinemacomrapadura.com.br >.

de TV cujos produtores do programa não apreciem. É razoável afirmar cenários como o descrito são bastante inclinados à remoção da explicitação clara da leitura de mundo dos falantes, fundamental à configuração do *podcast* enquanto ponto de encontro comunicativo pelo referencial de Paulo Freire.

O contexto observado aponta a inserção comercial como potencial limitadora, em diversos graus, da amplitude comunicativa das vozes veiculadas pela oralidade digital do *podcast*. Tal relação é expressa nas preocupações reveladas pelo *podcaster* “Ninja Inimigo”, quando este afirma:

Sabe qual é meu maior medo? Meu maior medo é se um dia, vamos supor, em ser monetizado. A gente tem uma das maiores piadas que a gente faz lá no “baixo, frente, soco” – talvez não seja tão piada –, mas é falar que *Hallo*<sup>16</sup> é uma merda, *Hallo* é horrroso, esse jogo. Então, imagina se um dia a gente fosse monetizado e, sei lá, por algum motivo a gente tivesse que falar bem do *Hallo*. Cara, impossível (CASTRO & SIQUEIRA, 2012, n.p.).

É comum escutar-se *podcasts* nacionais falas dos realizadores, revelando sua reação afetiva por ter recebido poucos e-mails e comentários dos ouvintes, ou mesmo reconhecendo a relevância de críticas severas às suas próprias produções, tomando tais observações como referência para melhorarem os episódios seguintes. No âmbito em questão, também é usual a veiculação de mensagens dos ouvintes que deponham contra as falas expressadas nos programas, dando força a debates formado por lados explicitamente contrários. Identifica-se, nesses cenários, a abertura à mudança a partir da fala do outro, fundamental para uma comunicação condizente com o referencial educativo freireano. Este se constitui pela busca por práticas críticas e problematizadoras dedicadas a promover uma interlocução marcada pela “suspensão de verdades”, a qual pode resultar em leituras de mundo dinâmicas, condizentes com as constantes mudanças inerentes a seres permanentemente inacabados e “aprendentes”.

Condizente com o norteador descrito, interlocuções travadas entre audiência e produtores demonstram uma forte tendência a culminar em uma ampla exposição da leitura de mundo dos sujeitos envolvidos. Um exemplo desse exercício pode ser observado em uma discussão ocorrida entre Luciano Pires, produtor do *podcast* “Café Brasil”, e um de seus ouvintes, André Mazzeto, cuja participação no programa deu-se a partir da leitura de seu *e-mail*. Em meio a um acalorado debate sobre o aquecimento global, na qual Mazzeto buscava dar descrédito à tese de Pires – defensor da inexistência do fenômeno –, o produtor do “Café Brasil” afirmou:

O Café Brasil é um programa de opinião, não é um programa jornalístico que dá todos os lados e deixa que os ouvintes concluam. Nessa questão das mudanças climáticas eu não vou perder meu tempo defendendo o outro lado porque eu não acredito nele. Aliás, o outro lado se defende muito bem [...] e quem acredita nele pode criar seu *podcast* e fazer a defesa (PIRES, L., 2012, n. p.).

<sup>16</sup> Jogo eletrônico.

É possível afirmar que o autor da fala supracitada desvela claramente as suas intenções, fugindo a uma distorção vista comumente na prática do jornalismo, área denominada por Comunicação Social pelas já citadas correntes teóricas que pensam a comunicação veicularmente. Tal designação, é sensato afirmar, acaba por caracterizar como “comunicação” o que o referencial comunicativo freireano trataria como informação. Assim, esclarecendo que seu programa se trata de emissão constituída da parcialidade de um posicionamento pessoal, Pires foge de pretensas ambições de neutralidade, inalcançáveis mesmo no campo jornalístico (GENRO FILHO, 1987, p. 18-19), ao afirmar seu distanciamento dos moldes tradicionais da Comunicação Social, aproximando-se, desse modo, de uma ação dialógica com o seu ouvinte.

Desse modo, ainda que em tom de desabafo, a fala do *podcaster* auxilia na identificação da dimensão dialógica da *podosfera*. Afinal, diante das facilidades produtivas e distributivas da tecnologia em pauta, não se encontra impeditivo para que o ouvinte em questão produza, de fato, um *podcast* a partir da antítese à tese que o motivou a escrever ao programa de Luciano Pires. É sensato supor que a referida emissão, dado o seu possível distanciamento de aspectos comerciais, tenderia a prescindir de um “invólucro publicitário” cujo compromisso não costuma ser o alcance de uma ambição dialógica. Além disso, em vista do “Café Brasil” ser um *podcast* que conta com incursões publicitárias, o episódio em questão demonstra o caráter particular das produções monetizadas da *podosfera* ante aquelas dos meios tradicionais. Isso ocorre porque, mesmo protagonizando uma produção detentora de aspectos comerciais, a postura do *podcaster* demonstra uma significativa abertura comunicativa. Tal vocação da *podosfera* será melhor esclarecida na seção seguinte deste artigo.

Obviamente, posturas menos dialógicas também se fazem presentes no cenário brasileiro de *podcasts*, como a rejeição à opinião alheia tomada por meio de posturas truculentas e antidialógicas. Desse modo, observa-se, em mais uma instância, o caráter não plenamente comunicativo da *podosfera* nacional. Por essa razão, os quesitos comunicativos dessa instância são ressaltados não por uma aceção de que, ao utilizá-la, seus usuários estão necessariamente abertos ao diálogo, considerando, assim, as falas dos interlocutores por meio da “suspensão das verdades” pessoais. O caráter comunicativo do *podcast* brasileiro advém das características que proporcionam a esse contexto estar alheio a aspectos quase dogmáticos de padronização expressiva típicos de outras tecnologias, sejam por estarem sujeitas a características técnicas que separam ouvintes de falantes – como na TV e rádio –, seja por se pautarem por quesitos mercantis comprometidos estritamente em angariar a maior audiência possível.

Observa-se que o *podcast* pode ceder aos sujeitos uma maior liberdade para fugir à coerção, para isso adotando uma postura mais espontânea e revelando os seus posicionamentos de modo sincero, sejam de abertura ou repúdio às falas dos possíveis interlocutores. As condutas citadas reforçam a concepção de Uchôa (2010), quando o pesquisador afirma que “uma das características primordiais do *podcast* é manter a livre discussão de ideias” (p. 23). Subsidia-se, assim, uma conduta fundamental ao exercício da comunicação/educa-



ção. Como representação dos norteadores descritos, vale apresentar um exemplo pitoresco do *podcast* “Baixo, Frente, Soco”, citado por um de seus produtores:

[...] a gente tem uns episódios que a gente bota o nome do tema e escrito depois: “nas coxas”. Quer dizer que não deu pra fazer direito, não deu pra bolar uma super pauta, não deu pra pegar participantes que iam agregar muito conteúdo e, então, a gente fala que aquele programa foi feito em um conteúdo com mais humor, mais brincadeiras e fala um pouquinho sobre a parada. A gente fez um programa sobre portáteis<sup>17</sup> novos que iam chegar, na época que eles não tinham saído ainda, e o nome do programa era “portáteis nas coxas”. [...] E é legal que os ouvintes entendem isso (CASTRO & SIQUEIRA, 2012).

A prática bem-humorada descrita ilustra a peculiaridade comunicativa da *podosfera* brasileira. Em vista disso, é patente a falta de sintonia de tal posicionamento com as ações de empresas comerciais de informação. É válido afirmar que a reprodução de uma postura como a citada em um programa de TV comercial, por exemplo, seria algo relativamente inédito, ainda que naquele âmbito seja comum que um telespectador atento perceba programas que possuam carências similares àquelas que determinaram a irônica caracterização supracitada.

### **Fim de *podcasts* = mais comunicação?!**

Observa-se na *podosfera* uma relação produtiva cuja constituição seria previsível na maioria dos contextos de produção midiática: os programas que possuem anunciantes publicitários tendem a ter vida mais longa do que aqueles que não obtêm lucro financeiro. É comum que os programas patrocinados cheguem até mesmo a ampliar suas produções para novas séries de *podcasts*, ou mesmo *videocasts*<sup>18</sup> – *podcasts* focados na reprodução audiovisual (FREIRE, 2013a, p. 43).

Emerge a partir dessa constatação o questionamento seguinte: de um ponto de vista comunicativo, seria a monetização o modo ideal de promover a sobrevivência de *podcasts* para que estes, ainda que não desenvolvam por si só expressões afeitas à comunicação, sigam sua usual inclinação a servir como ponto de encontro para que os seus usuários dialoguem a partir de um tema em comum (FREIRE, 2013c, p. 244)? As reflexões deslindadas neste artigo indicam uma resposta negativa para a questão posta. Diante disso, é necessário considerar a análise a seguir, a fim de aclarar a conclusão apresentada.

As investigações realizadas até aqui demonstraram que os fatores constituintes da *podosfera* “não monetizada” formam um contexto significativamente apto para práticas educativas. Constatou-se que estão presentes naquele âmbito alheio ao lucro a motivação da busca pelo diálogo além de objetivos terceiros; a interseção de dados do universo em comum entre os sujeitos; a inclinação à aproximação por meio da quebra de hierarquia separadora de “produtores” e “consumidores”; a expressão pautada na explicitação da leitura de mundo de cada sujeito, não restrita a fatores determinados por interesses comerciais ou institucionais.

<sup>17</sup> O falante faz referência a videogames portáteis.

<sup>18</sup> Exemplos disso são as séries *Rapaduracast Plus*, *podcast* dos produtores do *Rapaduracast*, e *NerdOffice*, *videocast* dos realizadores do *Nerdcast*.

Os quesitos citados apontam o papel do *podcast* como ponto de encontro para práticas comunicativas/educativas. Por essa razão, de um ponto de vista comunicativo, o tempo de permanência dos *podcasts* possui importância menor que a disseminação de uma pluralidade expressiva nesse cenário. Isso ocorre porque, para a viabilização de práticas comunicativas, importa mais a multiplicidade de pontos de encontro do que a permanência de algum deles. Por essa razão, observa-se que as características efêmeras descritas não inviabilizam as perspectivas comunicativas/educativas do *podcast*.

A perspectiva de propensão comunicativa do *podcast*, sob a ótica do referencial freireano, é ressaltada pela percepção de que geralmente o fim de um programa de grande visibilidade ocasiona o surgimento de outros, oriundos, muitas vezes, da própria audiência da produção extinta. Esse fenômeno é ilustrado pela observação das implicações do fim do *podcast* sobre *games Nowloading*, que ocasionou a realização de uma série de outras produções que tratavam da mesma temática daquela produção. Esses programas foram apelidados na *podosfera* como “Viúvas do *Nowloading*”. Assim, a vida breve do *Nowloading* não demonstrou constituir risco à riqueza comunicativa da *podosfera*. Afinal, a extinção do *podcast* supracitado ocasionou a ampliação dos potenciais comunicativos daquele cenário em vista de estimular uma situação na qual lá mais sujeitos tivessem voz.

Constata-se que o teor efêmero dos *podcasts* nacionais adequa-se ao estabelecimento de situações dialógicas também em vista da influência desse fator na determinação do número de ouvintes dos programas. No cenário em questão, o público diminuto geralmente atingido pelos *podcasts* (FRANCO, 2008, p. 61) constitui importante fator a potencializar as perspectivas comunicativas relacionadas ao entorno daquela tecnologia. Tem-se como fundamentação da afirmativa posta a constatação de que o crescimento da audiência dificulta a troca direta de mensagens entre público e produtores. Essa é uma ocorrência típica entre as maiores produções da *podosfera* brasileira, vivenciada também pelos *podcasters* realizadores do *Wergeeks*, como atesta um deles, que utiliza o apelido de “Tato”:

O Amauri<sup>19</sup> deu meio que uma bronquinha na galera: “pô, não vão entrar em contato com a gente, manda *e-mail* e tal”. E aí, a gente teve uma puta recepção de *e-mail*. Hoje fica difícil até da gente responder todos por texto. O que a gente não lê a gente normalmente responde em texto, nem que seja um “valeu”. Mas hoje em dia tá ficando cada vez mais difícil (TATO, 2012).

Na análise da fala citada do *podcaster*, é sensato inferir que uma existência de duração breve de um *podcast* tende a propiciar um menor crescimento de público. As observações realizadas igualmente sugerem que o exercício de *podcasts* com audiências diminutas propicia maiores potenciais de trocas de mensagens diretas entre produtores e ouvintes. No encontro das características descritas, percebe-se o reforço dos potenciais comunicativos dos *podcasts* não monetizados advindos de seu teor efêmero, que ocasiona nesses uma tendência a possuir menos público. Essa condição, como observado, potencializa que as expressões dos ouvintes sejam realmente escutadas e respondidas pelos produtores. Desta

---

<sup>19</sup> Um dos produtores do *podcast Wergeeks*.

feita, tem-se uma situação potencialmente mais apta ao diálogo freireano do que aquela vista em produções de grande audiência. A relação apresentada, assim, oferece novamente amparo ao entendimento de que a usual menor duração do “tempo de vida” dos *podcasts* não monetizados em comparação àqueles poucos que dispõem de lucro não constitui fator de limitação comunicativa, mas, ao contrário, indica potencializar a esfera dialógica dos *podcasts* que não angariam lucro financeiro.

Os fatores levantados e a análise de suas constituições e relações levaram à caracterização da *podosfera* como âmbito no qual ocorre o exercício da comunicação/educação freireana. Ainda que, em determinadas instâncias, essa comunicação esteja limitada pela incursão de aspectos financeiros, profissionais e divisões hierárquicas, o distanciamento desses fatores daqueles vistos em meios tecnológicos de mídias tradicionais configura a *podosfera* nacional como local significativamente marcado pela prática da comunicação/educação preconizada por Paulo Freire.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O exame da concepção comunicativa de Paulo Freire apontou que o estudioso defende a interlocução constituída como uma ação motivada pelo compartilhamento de dados do universo em comum, fator que fornece aos sujeitos a vontade de se aproximarem para compartilhar suas leituras de mundo de forma ampla e, com isso, constroem o conhecimento, educando-se entre si.

A observação da *podosfera* brasileira realizada no presente artigo, que buscou analisar um aspecto ignorado na literatura da área em estudo, demonstrou que se encontra no cenário brasileiro de *podcasts* um exercício pautado pelos fatores que constituem o entendimento comunicativo de Paulo Freire. Naquele âmbito tecnológico, o interesse em comum revela-se como motor da aproximação dos sujeitos para a realização de trocas expressivas, nas quais uns falam pelo *podcast*, outros pelos meios de resposta como seções de comentários dos *blogs* das produções, fóruns e *e-mail*, servindo todas as instâncias citadas também como meio de escuta e resposta por parte dos envolvidos dialogicamente. Além disso, também foi observado na *podosfera* um fenômeno no qual ouvintes passam a se expressarem também como *podcasters* motivados pelo exercício de programas que escutam cotidianamente ou pelo fim de produções das quais eram fãs.

O referido encerramento de programas tende a ocorrer em maior medida em realizações não monetizadas. Isso ressalta os potenciais dessas produções em fomentar a comunicação na medida em que estimulam ouvintes a preencherem os espaços de *podcasts* encerrados com suas próprias vozes, ampliando, assim, a gama expressiva da *podosfera* nacional. A curta duração das produções supracitadas também demonstrou prover acréscimos comunicativos por implicar em programas com menores audiências, circunstância que facilita a audição das falas do público, respondidas e ampliadas em relações expressivas dadas entre *podcasters* e público, e destes entre si pelos meios *on-line*, ou mesmo fisicamente. Dessa forma, percebe-se na *podosfera* um exercício dialógico consoante com o referencial comunicativo freireano.

Os *podcasts* brasileiros reforçam suas perspectivas comunicativas/educativas por serem produzidos geralmente alheios à lógica do lucro financeiro e atentos aos interesses comunicativos dos envolvidos, que buscam a aproximação pelo diálogo. Percebe-se nesse meio um compromisso largo em expressar a leitura de mundo independentemente de fatores que são tipicamente determinantes de expressões comerciais, como a disseminação de uma imagem necessariamente positiva de certo produto ou instituição que patrocina o programa. Na *podosfera* nacional, ao contrário, são encontrados *podcasts* nos quais os falantes revelam fatores depreciativos relacionados às suas produções, como uma baixa audiência ou a precariedade da elaboração de alguns conteúdos. Por essa razão, identifica-se que o cenário em questão relaciona-se com práticas de esclarecimento amplo da leitura de mundo dos envolvidos, fator, este, essencial para perceber-se o exercício da comunicação/educação freireana na *podosfera*. Todavia, a inclusão de aspectos comerciais em alguns dos maiores programas demonstra limitar a esfera comunicativa de tais produções, apesar de não destituí-la. Tal destituição levaria os *podcasts* a reproduzirem práticas informativas que prescindem de quesitos comunicativos, como as vistas em empresas comerciais de TV e na assunção de uma pretensa neutralidade na prática do jornalismo como comunicação social. O entendimento de que *podcasts* com quesitos comerciais costumam manter uma atmosfera comunicativa, mesmo diante de limitações aludidas, é reforçado pelo entendimento de que a comunicação, como qualquer fenômeno social, não possui uma constituição que permita que aquela seja analisada a partir de parâmetros exatos, cujo apenas o atendimento pleno configuraria uma prática como de comunicação/educação.

Assim, os potenciais comunicativos próprios das realizações alheias ao lucro financeiro demonstram não resultar na caracterização dos *podcasts* monetizados como não comunicativos. Contudo, mostraram-se explícitas as limitações advindas da monetização dos programas. Nessa medida, assim como em qualquer produção tecnológica, a busca pelo lucro no *podcast* tende a potencializar neste a omissão de expressões que possam depor contrariamente aos valores e interesses comerciais de patrocinadores.

Observa-se na *podosfera* um conjunto de práticas favoráveis ao diálogo freireano por serem permeadas pela quebra da hierarquia, que, em meios tradicionais como a TV, provê uma separação entre falantes – produtores – e ouvintes – audiência. Na via contrária, o *podcast* demonstra possibilitar uma aproximação entre os grupos supracitados, de modo a constituir na *podosfera* um profícuo relacionamento entre *podcasters* e sua audiência. Porém, observou-se que tal quebra hierárquica possui limitações advindas da percepção de que *podcasters* de maior notoriedade na internet tenderão a dispor de uma maior visibilidade para as suas falas ante aquelas de sujeitos pouco conhecidos na rede. Além disso, a experiência técnica potencializa as chances de que realizadores com mais tempo de trabalho disponham de vantagens quanto à disseminação de sua oralidade tecnológica em comparação a usuários inexperientes.

Ao final das reflexões desenvolvidas, é sensato afirmar que as análises realizadas neste artigo propiciam o levantamento de subsídios suficientes para caracterizar a *podosfera* nacional como âmbito marcado por práticas comunicativas sob a perspectiva de Paulo Freire. Esses processos comunicativos muitas vezes encontram-se pautadas por limitações relevantes, principalmente nos *podcasts* de maior audiência. Contudo, no exercício comu-

nicativo da *podosfera* identificam-se condutas que suplantam as limitações encontradas. Isso ocorre a partir do desenvolvimento de ações balizadas pela interseção da leitura de mundo de sujeitos que se aproximam pela comunicação/educação freireana, esta, segundo as análises realizadas, uma prática significativamente inserida na *podosfera* brasileira.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, Arnon Alberto Mascarenhas de. **Entrevista oral de orientação concedida a Eugênio Paccelli Aguiar Freire**. Natal, março de 2012.

\_\_\_\_\_. **Fragmentação e interação dos meios**. Disponível em: <[www.educ.ufrn.br/arnon](http://www.educ.ufrn.br/arnon)>. Acesso em: 28 fev. 2011.

ASSIS, Pablo de; SALVES, Déborah; GUANABARA, Gustavo. **O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia**. In: Simpósio Nacional ABCiber, 4, 2010, Rio de Janeiro. O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia. Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <<http://pablo.deassis.net.br/psicolog/ABCiber2010podcast.pdf>>. Acesso em: 17 mai. 2016

BARROS, Gílian Cristina & MENTA, Eziquiel. **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, 2007. Disponível em: <[www.eptic.com.br](http://www.eptic.com.br)>. Acesso em: 15 mar. 2012.

BEHRENS, Marilda Aparecida. Projetos de aprendizagem colaborativa num paradigma emergente. In: MORAN, José Manuel; MASSETO, Marcos T.; BEHRENS, Marilda Aparecida. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. Campinas, SP: Papirus, 2000.

CANFIL, Daniele Cristina; ROCHA, Diana; PAZ, Camila Candeia. **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 – 28 a 30 de maio de 2009. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?option=trabalho&id=29244>>. Acesso em: 25 abr. 2016.

CASTRO, Diego Gomes; SIQUEIRA, Fernando de Lucca. *Blogs de games*. **Podcast Fenixcast**. Episódio 19, agosto de 2012. Disponível em: <[gamehelp.terra.com.br/fenixdown/category/Fenixcast](http://gamehelp.terra.com.br/fenixdown/category/Fenixcast)>. Acesso em: 20 ago. 2012.

DE CASTRO, Laura Helena Pinto; CONDE, Ivo Batista; PAIXÃO, Germana Costa. **PODCASTS Exploratórios e colaborativos: oralizando conhecimentos em um curso de graduação a distância**. *Revista Tecnologias na Educação*, n. 11, 2014. Disponível em: <<http://tecnologiasnaeducacao.pro.br/wp-content/uploads/2015/07/Art17-ano6-vol11-dez2014.pdf>>. Acesso em: 15 abr., 2016.

DIEGUES, Vítor; COUTINHO, Clara Pereira. **WebRádio Educativa: Produção e utilização de Podcasts em experiências educacionais**. Revista PRISMA. COM, n. 13, 2010. Disponível em: <repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/11640/1/Prisma-2011VitorCC.pdf>. Acesso em: 20 ago. 2013.

DO NASCIMENTO, Deise Santos. **O uso do podcast para a mediação da leitura literária na EJA**. Encontro Internacional de Formação de Professores e Fórum Permanente de Inovação Educacional, v. 8, n. 1, 2015. Disponível em: <https://eventos.set.edu.br/index.php/enfope/article/view/1362/60>. Disponível em: 28 abr. 2016.

DOS REIS, Susana Cristina et al. Iniciação científica em Letras com alunos da escola pública: letramento digital e produção de podcasts em língua inglesa no ensino fundamental. **RENOTE**, v. 12, n. 2, 2014. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/renote/article/view/53530/0>. Acesso em: 21 abr. 2016.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge (Org.); BARROS, Antônio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**, 2. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

FRANCO, Carolina Machado dos Santos de Sousa. **As possibilidades do podcast como ferramenta midiática na educação**. In: CARVALHO, Ana Amélia (org.). Actas do Encontro sobre *Podcasts*. Braga: CIEed, p. 287-292, 2009. Disponível em: <repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/10052/4/Actas%20do%20Encontro%20sobre%20Podcasts.pdf>. Acesso em: 16 mai. 2016.

FREIRE, Eugênio Paccelli Aguiar. **Aplicações Escolares do Podcast**. In: Congresso Nacional de Ambientes Hipermídia para Aprendizagem (CONAHPA), 6, 2013a, João Pessoa, 2013. Anais do ..., 2013. Disponível em: <http://66.7.199.78/~andreenr/Anais-CO-NAHPA-2013/assets/aplicacoes\_escolares\_eugenio.pdf>. Acesso em: 3. mai. 2016.

\_\_\_\_\_. Conceito educativo de Podcast: um olhar para além do foco técnico. **Educação, Formação & Tecnologias**, v. 6, n. 1, p. 35-51, 2013b. Disponível em: <eft.educom.pt/index.php/eft/article/view/340>. Acesso em: 12 ago. 2013.

\_\_\_\_\_. *O podcast* como ferramenta de educação inclusiva para deficientes visuais e auditivos. **Revista Educação Especial**, Santa Maria, v. 24, n. 40, mai./ago., 2011. Disponível em: <casavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/educacaoespecial/issue/view/210/showToc>. Acesso em: 3 nov. 2011.

\_\_\_\_\_. **Podcast na educação brasileira: natureza, potencialidades e implicações de uma tecnologia da comunicação**. Natal, 2013c., 338 p. Tese (Doutorado em Educação). Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Disponível em: <http://repositorio.ufrn.br:8080/jspui/bitstream/1/10044/1/EugenioPAF\_TESE.pdf>. Acesso em: 14 ago. 2013.

\_\_\_\_\_. Podcast: novas vozes no diálogo educativo. **Interacções**, n. 23, p. 102-127, 2013d. Disponível em: <revistas.rcaap.pt/interaccoes/article/view/2822>. Acesso em: 17 ago. 2013.

\_\_\_\_\_. Podpesquisa: análise e esclarecimentos educativos de uma pesquisa sobre podcasts. **Poiésis**, n. 11, 2013e. Disponível em: < [www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Poiésis/article/download/1635/1229](http://www.portaldeperiodicos.unisul.br/index.php/Poiésis/article/download/1635/1229)>. Acesso em: 10 mai. 2016

FREIRE, Paulo. **A importância do ato de ler: em três artigos que se completam**, 41. ed. São Paulo: Cortez, 2001.

\_\_\_\_\_. **Extensão ou comunicação?** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1971.

\_\_\_\_\_. **Pedagogia do oprimido**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GADOTTI, Moacir. **Comunicação docente: ensaios de caracterização da relação educadora**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1981.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo**. Porto Alegre: Tche, 1987. Disponível em: <[www.mauroribeiro.kit.net/o\\_segredo\\_da\\_piramide.doc](http://www.mauroribeiro.kit.net/o_segredo_da_piramide.doc)>. Acesso em: 19 out. 2012.

KUNZE, Beatriz. **Entrevista oral** (via *podcast*) concedida a Eugênio Paccelli Aguiar Freire. 2012.

LEITE, Bruno Silva. **Elaboração de Podcasts para o Ensino de Química**. XVI Encontro Nacional de Ensino de Química (XVI ENEQ) e X Encontro de Educação Química da Bahia (X EDUQUI), 2013. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/anaiseneq2012/article/view/7987>>. Acesso em 15 mai. 2016.

MARQUES, Cidália; REIS, Pedro. Criação de Podcasts no Jardim de Infância e no 1º Ciclo do Ensino Básico. **Nuances: estudos sobre Educação**, v. 18, n. 19, p. 68-80, 2011. Disponível em: <<http://revista.fct.unesp.br/index.php/Nuances/article/viewArticle/348>>. Acesso em: 29 abr. 2016.

MOURA, Adelina & CARVALHO, Ana Amélia. **Podcast: para uma aprendizagem Ubíqua no Ensino Secundário**. In: Alonso, Luís Panizo; et al. (orgs.). Vol. 2: 8th International Symposium on Computer in Education, 2006. Disponível em: <[adelinamouravita.com.sapo.pt/amourapodcastingsiie06.pdf](http://adelinamouravita.com.sapo.pt/amourapodcastingsiie06.pdf)>. Acesso em: 15 ago. 2013.

PARO, Vitor Henrique. **Educação como exercício de poder: crítica ao senso comum em educação**, 2. ed. São Paulo: Cortez, 2010.

PAULA, João Basílio Costa e. **Podcasts educativos: possibilidades, limitações e a visão de professores de ensino superior**. Belo Horizonte, 2010, 144 p. Dissertação (Mestrado em Educação Tecnológica). Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Disponível em: <<http://www.et.cefetmg.br/permalink/19843ce4-a3e1-11df-aeaa-00188be4f822.pdf>>. Acesso em: 07 nov. 2011.

PERUZZO, Cecília Krohling. **Comunicação Comunitária e Educação para a Cidadania**. In: BARBOSA, Marialva (Org.). Vanguarda do pensamento comunicacional brasileiro: as contribuições da Intercom (1997-2007). São Paulo: Intercom, 2007.

PIRES, Luciano. *Podcast Café Brasil. Diário de um Líder*, 2012. Disponível em: <[podcast.lucianopires.com.br/2012/07/03/305-diario-de-um-lider](http://podcast.lucianopires.com.br/2012/07/03/305-diario-de-um-lider)>. Acesso em: 6 ago. 2012.

PIRES, Raquel. **Entrevista concedida por e-mail**, 2012.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. **Intertexto**, Porto Alegre, 2005. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/26568>>. Acesso em: 14 de março de 2011.

PRIMO, Alex Fernando Teixeira. Para além da emissão sonora: as interações no *podcasting*. **Intertexto**, Porto Alegre, 2005. Disponível em: <[www.lume.ufrgs.br/handle/10183/26568](http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/26568)>. Acesso em: 14 mar. 2011.

SILVA LEITE, Bruno. **Elaboração de Podcasts para o Ensino de Química**. Encontro Nacional de Ensino de Química (ENQ), 2012. Disponível em: <[www.portalseer.ufba.br/index.php/anaiseneq2012/article/view/7987](http://www.portalseer.ufba.br/index.php/anaiseneq2012/article/view/7987)>. Acesso em: 10 ago. 2013.

SILVA, Roniel Sampaio; DAS NEVES BODART, Cristiano. O uso do Podcast como recurso didático de Sociologia: aproximando habitus. **Educação, Ciência e Cultura**, v. 20, n. 1, p. 137-153, 2015. Disponível em: <<http://www.revistas.unilasalle.edu.br/index.php/Educacao/article/view/2236-6377.15.9>>. Acesso em 02 mai. 2016.

TATO. **Podcast Tatoscópio**, 2012. Disponível em: <[wergeeks.net/category/podcast/](http://wergeeks.net/category/podcast/)>. Acesso em: 9 ago. 2012.

UCHÔA, José Mauro Souza. **O gênero *podcast* educacional: descrição do conteúdo temático, estilo e construção composicional**, 2010. Dissertação (Mestrado em Letras). Universidade Federal do Acre. Disponível em: <[www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp149457.pdf](http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp149457.pdf)>. Acesso em: 12 jan. 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**, 3ª. ed. Lisboa: Editorial Presença, 1994.

DADOS DO AUTOR

EUGÊNIO PACCELLI AGUIAR FREIRE

Graduado em Jornalismo, Mestre e Doutor em Educação, todos pela UFRN.

[paccellifreire@gmail.com](mailto:paccellifreire@gmail.com)

Submetido em: 27-10-2015

Aceito em: 10-5-2016