

**UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”  
FACULDADE DE ARQUITETURA, ARTES, COMUNICAÇÃO E DESIGN  
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO: RADIALISMO**

**JULIANA YAMAZATO**

**SONS POSSÍVEIS: O USO DO PODCAST EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO  
SUPERIOR**

**Bauru  
2023**

## **SONS POSSÍVEIS: O USO DO PODCAST EM INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Comunicação: Rádio, televisão e internet, Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design UNESP/Campus Bauru, como requisito parcial para conclusão da graduação, sob orientação do Prof Dr Marcos Américo.

Bauru  
2023

|      |   |
|------|---|
| Y19s | Yamazato, Juliana<br>SONS POSSÍVEIS: O USO DO PODCAST EM<br>INSTITUIÇÕES DE ENSINO SUPERIOR / Juliana<br>Yamazato. -- , 2023<br>51 p.<br><br>Trabalho de conclusão de curso ( - ) -<br>Universidade Estadual Paulista (Unesp), Faculdade<br>de Ciências Farmacêuticas, Araraquara,<br>Orientador: Marcos Américo<br><br>1. Podcasting. 2. Educação Midiática. 3.<br>Tecnologia. 4. Educação. 5. Mídia. I. Título. |
|------|---|

Sistema de geração automática de fichas catalográficas da Unesp.  
Biblioteca da Faculdade de Ciências Farmacêuticas, Araraquara. Dados  
fornecidos pelo autor(a).

Essa ficha não pode ser modificada.

## AGRADECIMENTOS

Em sua canção "Povoada", Sued Nunes deu a letra: "Nessa terra, nesse chão de meu Deus, sou uma, mas não sou só". Ainda que esse trabalho tenha sido construído a duas mãos e a "caminhadora" na Universidade trilhada por dois pés, o sonho foi tecido conjuntamente a muitos bens que me compõem.

Agradeço aos meus bens Camila e Natália Nogueira, que me apresentaram a universidade e me disseram que seria um caminho possível. Agradeço por me incentivarem a sonhar, pelo auxílio material na realização desse sonho e por tantas ocasiões que me ampararam emocionalmente.

Agradeço a minha mãe que, mesmo não compreendendo minhas escolhas, me permitiu ser tudo o que eu queria, e conseguia, ser ao longo desses anos.

Sou grata ao PreVest da UNESP de São José dos Campos e ao Cursinho Gratuito Primeiro de Maio da UNESP de Bauru, por terem me oferecido ferramentas e meios para ingressar e permanecer na Universidade. Sou feliz e honrada por, como aluna e colaboradora, ter convivido com pessoas incríveis e ter visto o trabalho realizado contribuindo para democratização do ensino superior.

A República Quintal de Clorofila, Solar, Saramandaia e a todos aqueles com quem compartilhei uma morada física, meu agradecimento eterno pelo conhecimento compartilhado, pelo carinho, por terem me acompanhado em descobertas pessoais, pelas inúmeras construções e desconstruções conjuntas de realidade. A convivência às vezes é terna, às vezes árida, mas sempre muito rica e necessária para lembrar que ser humano é ser coletivo. Obrigada por me ensinarem tanto.

Agradeço a Luís e Wilian, meus irmãos da vida, por mesmo na distância se fazerem presentes. Saber que vocês existem, faz eu me sentir feliz e pertencente a algum lugar nesse mundo!

Um imenso agradecimento a Andressa, Caio, Gabriel, Gabriela, Giulia, Isabela T., Ingridth, Laura, Leonardo e Sarah, por, nos 45 minutos do segundo tempo, terem me mostrado uma outra face da cidade lanche, trazendo assim um novo sentido à minha passagem pela cidade. Ter conhecido vocês, fez eu me reconectar com um lado meu que gosto muito, me reencontrar com a alegria, me

sentir segura, dar espaço para novas conexões e enxergar o inesperado como uma oportunidade.

A Isabela I., um dos grandes amores da minha vida, agradeço pelo cuidado, pela disponibilidade de construção, pelas trocas, escuta, incentivo, sinceridade e inspiração. Compartilhar a vida com você faz eu me sentir mais segura e me desperta para a necessidade do autoconhecimento que, embora não seja fácil, é necessário. Obrigada por estar comigo nas amenidades e durezas da vida, obrigada por ser minha amiga.

Agradeço aos colegas de curso, professores e servidores, por todo apoio, conselhos, por me acompanharem e auxiliarem na construção do conhecimento técnico e incentivarem a formação humana.

Minha gratidão ao Prof. Dr. Marcos Américo por aceitar orientar esse trabalho e me conduzir em uma das etapas mais aguardadas dos últimos tempos. Agradeço também a minha banca Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Tamara Guaraldo e Prof. Thiers Gomes pela disponibilidade em avaliar esse trabalho e por aceitarem compartilhar desse momento tão importante na minha jornada.

## RESUMO

A presente pesquisa é um estudo que busca responder como a mídia sonora podcast pode contribuir para a dinâmica do ensino e aprendizagem em instituições de ensino superior. Visa refletir a respeito de como os meios de comunicação se transformaram em decorrência das novas tecnologias e como elas impactam a educação. Busca ainda entender quais são os elementos e características específicas do podcast e identificar quais são as aplicações e perspectivas de uso atual desse modelo de mídia no contexto da educação superior. A pesquisa foi estruturada por pesquisa bibliográfica a respeito da mídia podcast e sua aplicação pedagógica, tem natureza qualitativa, com objetivo exploratório. Foram realizadas análises de seis podcasts produzidos em ambiente universitário, sendo eles Artigos Falados, Uniforcast, PodcastUnesp Vidas Universitárias, Descomplicast e Memórias Quebradas. Os resultados revelam que a aplicação de novas mídias no contexto acadêmico pode contribuir para descentralizar o conhecimento rompendo assim com um modelo bancário de educação, e proporcionar consciência crítica no ato comunicacional, no uso de meios midiáticos e aparatos tecnológicos.

**Palavras- chaves:** podcast na educação; educação midiática; tecnologia; mídias.

## ABSTRACT

The present research is a study that seeks to answer how the sound media podcast can contribute to the dynamics of teaching and learning in higher education institutions. It aims to reflect on how the means of communication have changed as a result of new technologies and how they impact education. It also seeks to understand what are the specific elements and characteristics of the podcast and to identify what are the applications and perspectives of current use of this media model in the context of higher education. The research was structured by bibliographical research about the podcast media and its pedagogical application, it has a qualitative nature, with an exploratory objective. Analyzes of six podcasts produced in a university environment were carried out, namely Artigos Falados, Uniforcast, PodcastUnesp Vidas Universitárias, Descomplicast and Memórias Quebradas. The results reveal that the application of new media in the academic context can contribute to decentralizing knowledge, thus breaking with a banking model of education, and providing critical awareness in the communication act, in the use of media and technological devices.

**Keywords:** podcast in education; media education; technology; media.

## SUMÁRIO

|     |  |           |
|-----|--|-----------|
|     | <b>INTRODUÇÃO.....</b>                                       | <b>07</b> |
|     | <b>CAPÍTULO 1 – MÍDIA SONORA .....</b>                       | <b>10</b> |
| 1.1 | BREVE CONTEXTO DO RÁDIO.....                                 | 10        |
| 1.2 | CULTURA DA CONVERGÊNCIA.....                                 | 12        |
| 1.3 | PODCAST NO MUNDO.....  | 14        |
| 1.4 | PODCAST NO BRASIL.....                                       | 15        |
| 1.5 | CARACTERÍSTICAS E ELEMENTOS DO PODCAST.....                  | 17        |
| 1.6 | CLASSIFICAÇÃO, FORMATO E ETAPAS DO PODCAST.....              | 20        |
|     | <b>CAPÍTULO 2 – TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO.....</b>  | <b>22</b> |
| 2.1 | AS MUDANÇAS NA EDUCAÇÃO EM DECORRÊNCIA DA<br>TECNOLOGIA..... | 22        |
| 2.2 | EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E MÍDIAS.....                          | 24        |
| 2.3 | O USO DE PODCAST NO ENSINO SUPERIOR.....                     | 27        |
|     | <b>CAPÍTULO 3 – ANÁLISE.....</b>                             | <b>32</b> |
| 3.1 | ARTIGOS FALADOS.....   | 32        |
| 3.2 | UNIFORCAST .....   | 35        |
| 3.3 | PODCASTUNESP.....  | 38        |
| 3.4 | VIDAS UNIVERSITÁRIAS.....                                    | 40        |
| 3.5 | MEMÓRIAS QUEBRADAS.....                                      | 41        |
| 3.6 | DESCOMPLICAST.....   | 42        |
|     | CONSIDERAÇÕES FINAIS.....                                    | 45        |
|     | <b>REFERÊNCIAS.....</b>                                      | <b>44</b> |

## INTRODUÇÃO

Ao longo do tempo os meios de comunicação, principalmente os de massa, foram utilizados como instrumentos facilitadores da educação. Nos anos 1920 o rádio chegou ao Brasil e já em seu início contava com emissoras com programações voltadas para a educação como a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada em 1923 e que vigora até os dias atuais com o nome da Rádio MEC e a Rádio Educadora Paulista, que surgiu ao final dos anos 1923 e foi a primeira rádio do Estado de São Paulo. Mesmo com iniciativas educacionais desde o seu início, não havia um consenso para quais caminhos seguiria essa educação e se estava de fato alinhada a linguagem e acesso da população. Havia interesses distintos e isso foi refletido no desenvolver político e social do Brasil e do meio de comunicação que buscou em seu início e educar para uma cultura mais rebuscada, posteriormente apostou na instrumentalização e aperfeiçoamento de mão de obra e em dado momentos buscou reforçar o orgulho nacional (ANDRELO, 2012).

Ainda a respeito dos meios de comunicação de massa, a televisão também teve atuação no meio educativo, iniciando nos anos 1960 com caráter instrutivo e com interesse em alfabetizar a população. A primeira emissora que surgiu desse contexto foi a TV Universitária do Recife, em 1968, que se mantém até hoje no Núcleo de TV e Rádios Universitárias.

A comunicação se altera com o desenvolvimento da sociedade e das suas tecnologias, assim, é evidente o desenvolvimento dos formatos dos produtos desenvolvidos, os seus meios de produção, distribuição e consumo. A popularização da internet, e a convergência midiática, ressignificou os meios, seus papéis, deu vazão e facilitou o acesso a informações e conteúdos e impactou o indivíduo de tal modo que o tirou de um lugar exclusivamente de recepção e ofereceu a possibilidade de um papel mais ativo. É nesse contexto de transformações guiadas pela internet que surge o podcast, um formato de mídia sonora que se utiliza da linguagem radiofônica e é sobre ele, e seus impactos também na educação que essa pesquisa se debruça.

Não somente a comunicação se alterou com o passar do tempo e desenvolvimento das tecnologias, a educação, também elemento constituinte dessa pesquisa, e o ambiente de ensino se transformaram. A presença de dispositivos eletrônicos em sala de aula é um fato e com a pandemia que assolou o globo, a internet, bem como os dispositivos de acesso, como notebooks, celulares e tablets,

deixou de ser apenas um acessório presente no dia a dia de estudantes e professores e passou a mediar as relações de ensino e aprendizagem.

Diante desse cenário, o velho molde da educação bancária, conceituado por Paulo Freire em *Pedagogia do Oprimido*, onde o professor é colocado como detentor do saber e os deposita nos educandos, foi colocado à prova definitivamente. Na pandemia foi necessária uma reinvenção por parte de professores, alunos e instituições para que as aulas pudessem seguir com o seu objetivo. Os agentes envolvidos não são mais os mesmos, o processo de aprendizagem e os meios para ela são mais amplos e, assim como na comunicação, o indivíduo não é mais passivo.

Uma vez que ambas, comunicação e educação, contribuem para o compartilhamento e democratização dos conhecimentos e saberes, é natural que estejam interligadas. As duas áreas, em seus diferentes modos de atuação, agem na construção e desconstrução do imaginário coletivo, dos valores sociais e culturais e estão fundamentalmente ligadas ao desenvolvimento do indivíduo e das sociedades que os acolhem.

Visando apresentar e compreender como o meio de comunicação Podcast é aplicado e pode contribuir para a educação do ensino superior brasileiro, esse trabalho justifica-se pela importância de estudar um formato relativamente novo dentro das mídias sonoras e relacioná-lo não só a tecnologia, produtos e meios aplicados nessa mudança, mas principalmente entender como essa transformação da comunicação pode versar e impactar a sociedade e outras áreas de estudos contribuindo para um ensino/aprendizagem mais democrático, acessível e conectado ao repertório atual dos seus agentes.

Para além das possíveis contribuições para a área de minha formação, a iniciativa dessa pesquisa tem um caráter particular. Cheguei ao curso de Comunicação Social após ter sido assistida por uma iniciativa popular de incentivo ao acesso de jovens de baixa renda ao ensino superior. Já na universidade, participei como bolsista do corpo de coordenação de um cursinho popular do campus que tinha o mesmo intuito daquele projeto que anteriormente me apoiou. Por meio de ações educacionais, tive a oportunidade de compor e permanecer na universidade, sendo assim, dedicar os estudos finais da graduação à união de dois elementos que, para mim, são indissociáveis, se faz muito necessário em um campo pessoal.

O objetivo geral desta pesquisa é identificar as aplicações do podcast no ensino superior. De forma mais específica, busca em seu primeiro capítulo caracterizar mídia sonora, o podcast e os seus elementos, o segundo capítulo tem

como foco identificar a relação entre as áreas da comunicação e educação e o terceiro propõe uma análise, realizada à luz do referencial teórico de classificação de podcasts, de seis podcasts educacionais produzidos em ambiente universitário. A análise considerou os seguintes pontos: temática, produção; quem os produz, se há utilização de recursos da instituição, distribuição, periodicidade, duração, formato, categorização, perspectivas e modalidades de uso.

## **CAPÍTULO 1 – MÍDIA SONORA**

### **1.1 BREVE CONTEXTO DO RÁDIO**

Na história e na comunicação nada vem do completo desconhecido, sejam os dispositivos, os meios ou os produtos, todos possuem o seu antecessor. Desse modo, para tecer a respeito das novas manifestações da mídia sonora, é necessário olhar para esse formato em uma perspectiva histórica.

Ao estudar o sistema de comunicação como um todo, veremos que os novos meios não surgem por geração espontânea, nem de modo independente. Aparecem gradualmente pela metamorfose dos antigos meios. E quando emergem novas formas de comunicação, as antigas geralmente não deixam de existir, mas continuam evoluindo e se adaptando. (FIDLER 1998, p. 57).

As mídias sonoras caracterizam-se pela junção de meios capazes de difundir informações por meio de ondas sonoras. Como um dos principais elementos dessa classe há o rádio, meio de comunicação que foi amplamente aceito pela recepção, tornando-se parte da rotina e convivência das pessoas pela sua capacidade de romper barreiras geográficas, barreiras de linguagem e instrumentalização (CALABRE, 2002).

Os elementos que compõem o rádio surgem nas tecnologias observadas na criação do telégrafo, que se utilizou da eletricidade para enviar mensagens de longa distância, e do telefone (FERRARETTO, 2001). Fanucchi (2002) ainda complementa que a telegrafia levou ao desenvolvimento da radiotelefonia e que as transmissões em circuito fechado, quando um som é emitido no sistema de um para um emissor receptor, possibilitaram as transmissões de circuito aberto, quando há um só emissor e vários receptores.

Consolidadas as tecnologias da telegrafia e da telefonia, o rádio começa a se moldar a partir dos estudos de Heinrich Hertz, que apresentou ao mundo a presença de ondas eletromagnéticas presentes no ar e a possibilidade de propagá-las rapidamente. Há discordâncias sobre a titularidade da invenção do meio, em 1943 a Corte Americana deu à Tesla o título de inventor do rádio, há linhas de pesquisa que indicam o envolvimento do brasileiro o padre Roberto Landell de Moura, mas, para a maioria dos pesquisadores, o inventor foi Guglielmo Marconi (1874-1937).

A história da radiofonia começa com Guglielmo Marconi, um italiano da Bolonha que estudou a fundo os ensinamentos e experiências de Hertz e Maxwell e passou a realizar transmissões de rádio a pequenas distâncias e com sinais relativamente fracos. Sem ajuda do governo italiano, buscou na

Inglaterra o apoio necessário às suas pesquisas. Em 1896 apresentou seu invento ao registro inglês de patentes, que seria destinado à exploração de um sistema de rádio-comunicação. A partir daí, continuou o trabalho de irradiações a distâncias cada vez maiores. (PRATA, 2008).

Ainda que Marconi leve o título de inventor do rádio e tenha contribuído ativamente para o desenvolvimento inicial da radiofonia, a primeira transmissão no conceito de AM (amplitude modulada) não é atribuída a ele. Esse feito foi concedido a Reginald Aubrey Fessenden que transmitiu sons de violino a tripulantes de um navio nos Estados Unidos na véspera de Natal do ano de 1906 (TIGRE, 2021).

A História que envolve o rádio desde os seus estudos, a primeira transmissão e o surgimento das primeiras emissoras, possui mais de uma narrativa e protagonistas. A nível de conhecimento geral, a emissora KDKA, instaurada em Pittsburgh no ano de 1920, é dada como a primeira emissora dos Estados Unidos, mas há registros de que alguns meses antes o jornal Detroit News já mantinha o funcionamento de uma estação experimental (MOREIRA, 1995). No Brasil, a primeira transmissão está datada no dia da independência, setembro de 1922, e atribuída ao presidente Epitácio Pessoa e quem leva a atribuição de criador da primeira emissora é Roquette Pinto, que recebeu apoio da Academia Brasileira de Ciências para instaurar a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro. O pioneirismo, especialmente no Brasil, é contraditório principalmente pela falta de preservação da história nacional e por possíveis interesses de capital estrangeiro.

Trata-se de uma falsa primeira transmissão “oficial” de rádio. Em 7 de setembro de 1922, foi aberta a Exposição Internacional do Rio Janeiro, evento comemorativo ao centenário da independência do país. Interessadas em convencer o governo federal da importância de seus equipamentos duas empresas dos Estados Unidos prepararam demonstrações de uma novidade tecnológica: a radiotelegrafia. No momento da inauguração, o discurso do presidente Epitácio Pessoa chegou ao público por meio de receptores nos pavilhões do evento e nas residências de alguns afortunados, durante demonstrações realizadas pela Westinghouse International Company, usando uma estação transmissora, instalada no Corcovado. Posteriormente, outras demonstrações semelhantes foram realizadas, incluindo também a Western Electric Company. Essas tentativas de chamar a atenção, em especial do poder público, para que comprasse tais equipamentos foram interpretadas por diversos pesquisadores – eu entre eles – como uma demonstração oficial, afinal o governo as teria organizado (FERRARETO, 2022, p.1-2).

Dois anos antes dessa pesquisa ser realizada, os fóruns de pesquisa em rádio no Brasil, sendo eles, Grupo de Pesquisa em Rádio e Mídia Sonora da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Grupo Temático História dos Meios Sonoros da Associação Brasileira de Pesquisadores de História da Mídia, Rede de Pesquisa em Radiojornalismo da Associação Brasileira de Pesquisadores

de Jornalismo e Rede de Rádios Universitárias do Brasil, redigiram uma carta a respeito do pioneirismo da mídia no país.

Pesquisas realizadas ao longo dos últimos 30 anos confirmam que, como instituição, o meio começa a se constituir ainda em meados da década de 1910, consolidando-se a partir de 1932 com a regulamentação da publicidade radiofônica por parte do governo federal. Estudos recentes demonstram que a história do rádio no país começou antes de 1922. Assim, a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, fundada em 20 de abril de 1923, não é a pioneira da radiodifusão brasileira. O Rádio Clube de Pernambuco, instalado em 6 de abril de 1919, a precede (CARTA ABERTA..., 2021, p.2).

Como foi posto, o rádio no Brasil inicia-se por interesses comerciais e amparado pelo Estado. Considerando o contexto histórico e social, período marcado pelo tenentismo e as suas revoltas, o governo, para evitar que o veículo fosse utilizado para propagar informações e mensagens que fosse contra o poder estabelecido, indicou qual seria o papel da radiodifusão no país.

Para evitar qualquer risco, o governo limitou, desde o decreto n.16.657 (5.1924) às sociedades civis a transmitirem uma programação com fins educativos, científicos e artísticos de benefício público, ficando expressamente proibida a propagação de notícias internas de caráter político sem a prévia permissão do governo (CALABRE, 2002, p. 12-13).

Por conta do próprio governo, desde a sua consolidação esse meio apresenta potenciais a educação contribuindo para a alfabetização, instrumentalização e propagação da cultura. Segundo Calabre (2002), a aceitação se deu justamente pela linguagem mais acessível e a possibilidade de criar afetividade em torno da escuta. As pessoas se reuniam para acompanhar a programação, posteriormente as rádios novelas e músicas, e assim tinham elementos comuns para discutir e trocar.

Com a chegada da Televisão, houve o questionamento se o rádio sobreviveria, ele sobreviveu. Após esse “triumfo”, houve um novo assombro com a chegada da internet e o rádio continuou resistindo em novos formatos e, a partir das interações com a tecnologia, das tendências mercadológicas, culturais e sociais, conceituadas por Jenkins (2009) como cultura da convergência, transborda sua linguagem para criação de outras mídias.

Esta confluência das mídias com a internet está destacando o papel de cada elemento constitutivo dos suportes midiáticos, como o caso do som na radiofonia, por exemplo, fazendo com que ele seja o ponto de partida para novas conceituações (PRATA, 2008, p.69).

## **1.2 CULTURA DA CONVERGÊNCIA**

As inovações pelas quais passaram as mídias em decorrência do avanço tecnológico, possibilitaram o consumidor a procurar informações e conteúdos para

além dos meios de massa já estabelecidos e consolidados, desenvolvendo no público um caráter migratório. O consumidor percorre diferentes plataformas de mídia e cria entre os conteúdos disponíveis uma relação entre as mídias trazendo assim uma complementaridade de experiências.

Jenkins (2009), define a convergência midiática como a relação entre as velhas e novas mídias e, mais do que isso, um processo que consegue abarcar as mudanças tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais. Essa definição compreende muito mais que somente a integração dos aparelhos em si, que deixam de serem básicos para agregar mais de uma função, ela reflete a transformação dos modos de produzir e a relação que se estabelece entre produção e consumo.

Os primeiros estudos sobre Teoria das Comunicações indicavam um pensamento intitulado como “Teoria da Agulha Hipodérmica”, que caracterizava o consumidor como um ser passivo, alvo da mídia. A ideia é de que as mensagens recebidas seriam interpretadas e absorvidas igualmente pela recepção e a mídia seria responsável por injetar uma “agulha” de alienação capaz de manipular os seus receptores (BARROS, 2017). A mídia por si só não é boa ou má, mas sim o que se faz dela, nesse sentido essa teoria foi superada por teorias descendentes e a autonomia trazida pela convergência tratou de colocar o receptor como parte mobilizadora dos processos midiáticos e de comunicação.

A circulação de conteúdos - por meio de diferentes sistemas de mídias, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais depende fortemente da participação ativa dos consumidores. Meu argumento aqui será contra a ideia de que a convergência deve ser compreendida principalmente como um processo tecnológico que une múltiplas funções dentro dos mesmos aparelhos. Em vez disso, a convergência representa uma transformação cultural, à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações (JENKINS, 2009, p.30).

A exposição à pluralidade de conteúdos e informações não é um fenômeno individual. A medida em que um espectador se relaciona com diferentes mídias e conteúdos surge a necessidade de apresentá-lo aos pares. Como os conteúdos são vários, não é possível que um único indivíduo se aproprie de todas as pautas, dessa maneira o conhecimento vai sendo adquirido por recortes do que os seus pares também consomem e sabem, configurando assim a inteligência coletiva, termo cunhado por Pierre Lévy.

Além da integração das plataformas de mídia e da inteligência coletiva, um outro conceito, levantado por Jenkins, complementa a Convergência: a cultura participativa. A participação é o conceito que rompe as barreiras entre produtor e consumidor, faz com que esses papéis se tornem mais homogêneos e concede ao

indivíduo relevância na contribuição para geração de informações e conteúdos. Isso em certo ponto contribui para a resignificação dos papéis da mídia, permite a abertura para o questionamento crítico e possibilita que novas ideias possam ser midiáticas, contribuindo para a propagação de pautas de interesse coletivo, diferentes modos de expressão cultural e democratização da comunicação. É nesse contexto que o Rádio Hertziano se transformou, abriu espaço para o Rádio Web e posteriormente para o podcast.

A popularização dos podcasts como produção radiofônica descentralizada é uma referência do potencial da digitalização do rádio e sua intersecção com as demais mídias digitais (internet, televisão digital, palms, entre outros). A comodidade em poder captar, editar e publicar o conteúdo audiofônico de forma personalizada reforça o fenômeno podcasting, modificando o conceito do poder de emissão. O ouvinte pode alterar o fluxo de produção da mensagem sonora, descentralizando a emissão e recepção, tornando mais plural o contexto de produção e consumo de conteúdos radiofônicos (CARVALHO; PIERANTINI, 2010, p.167).

### 1.3 PODCAST NO MUNDO

Em termos de tempo de mercado o podcast como é conhecido hoje é uma mídia recente, possui apenas 18 anos. De acordo com Luiz (2015), o podcast é fruto da WEB 2.0, fruto do processo de convergência e que se aproveita da inteligência coletiva. O termo surge da junção de duas palavras: pod, proveniente de Ipod, e casting, que referencia o termo “broadcasting” que por sua vez significa uma transmissão em massa e pública de informação, termo já designado para a radiodifusão.

A prática de disponibilizar áudio na internet é mais antiga que o podcasting (meio como se disponibiliza o podcast) em si, porém, anteriormente a essa mídia, os áudios eram disponibilizados em formato mp3 nos blogs e sites e o ouvinte tinha que de tempos em tempos realizar o acesso para verificar se havia algum conteúdo disponível. A partir daí, o conteúdo era baixado para um dispositivo de reprodução para ser escutado (LUIZ, 2010, n.p).

O formato conhecido hoje se deu em 2004 por meio da utilização da tecnologia feed RSS (Really Simple Syndication). De acordo com Primo (2005), o feed RSS é um dispositivo de distribuição de conteúdo não só de áudio, como também de textos e fotos, que permite que softwares denominados agregadores sejam avisados quando um novo conteúdo é disponibilizado, assim, quem acompanha determinado conteúdo não precisa fazer o acesso a rede para baixar e ouvir posteriormente. O download é feito automaticamente na página onde o podcast está hospedado e o ouvinte consegue fazer a reprodução e a escuta por lá mesmo.

Esse sistema RSS foi empregado no podcast pelo empresário e ex-VJ da

emissora MTV, Adam Curry, que disponibilizou o conteúdo disponível no RSS para o agregador do iTunes, reprodutor de áudio desenvolvido pela Apple. A primeira vez que o termo podcast apareceu na mídia foi em fevereiro de 2004.

De acordo com Medeiros (2006), a definição de um podcast se dá pela disponibilização de um registro sonoro produzido pelo podcaster, fora dos padrões radiofônicos, em mp3 para o sistema RSS. Primo (2005), ainda complementa que o podcasting, processo de produção do podcast, está para além da distribuição do arquivo de áudio via RSS: as interações que ocorrem em decorrência do podcasts, e a experiência multimídia e hipertextual, também complementam esse processo como fenômeno da midiático.

#### **1.4 PODCAST NO BRASIL**

O Brasil não levou muito tempo para incorporar o Podcast a sua realidade. De acordo com Tigre (2021), em 21 outubro de 2004 surgiu o primeiro podcast brasileiro produzido pelo carioca Danilo Medeiros. intitulado Digital Minds, a ideia do podcaster era testar a tecnologia e misturar música, tecnologia e temática nerd. O podcast vigorou até 2017 e o dia da criação do Digital Minds é considerado o dia do podcast no Brasil.

Outros nomes como Gui Leite, com produto de mesmo nome, Rodrigo Stulzer, com o podcast Perhappiness, e Ricardo Macari, com Código Livre, compuseram o primeiro ano da podosfera (universo que compõe o podcasting) brasileira (Lopes, 2015).

Ainda de acordo com Lopes (2015), a primeira Conferência Brasileira de Podcasts foi realizada em 2006 (PodCon Brasil) no Paraná com patrocínio da Cervejaria Kaiser e do podcaster Eddie Silva. Ainda que os dois primeiros anos da podosfera brasileiro tenham sido promissores, em 2006 houve um fenômeno classificado como “podefade”, levando ao fim de vários podcasts (LUIZ, 2010)

Em 2008, o Prêmio IBest, uma das maiores premiações brasileiras relacionadas a produções digitais no Brasil, incluiu a categoria de podcast na lista de premiações. O julgamento foi realizado pelo voto popular e o ganhador foi o Nerdcast, conteúdo do Blog Jovem Nerd, criado por Alexandre Ottoni e Deive Pazos. O podcast em questão está em atividade até a atualidade e possui temáticas voltadas a História, Cinema, Literatura, Tecnologia, Jogos etc. Também em 2008, foi

criada uma premiação exclusivamente voltada a podcast, o Prêmio Podcast. Houve votação popular e júri especializado, porém a premiação só teve mais uma edição em 2009.

A partir dessas iniciativas o podcast se consolidou no Brasil e mais recentemente, com a pandemia de Covid 19, o consumo dessa mídia aumentou expressivamente. Uma pesquisa realizada pela Globo junto ao Ibope em outubro de 2020, divulgada em 21 de julho de 2021, indicou que entre 2019 e 2020 o número de ouvintes com mais de 16 anos cresceu em 7 milhões, compondo a podosfera em 28 milhões de ouvintes no ano de 2020. De acordo com a pesquisa realizada pela abpop (Associação Brasileira de Podcasters), em 2022 o número já ultrapassa 30 milhões. A pesquisa encomendada pela Globo ouviu mais de mil pessoas, das quais 57% delas indicaram que começaram a consumir esse formato de mídia na pandemia. As motivações para o consumo dessa mídia foram, em primeiro lugar, “muito interesse pelo assunto”, em segundo, “linguagem informal e simples” e, em terceiro, “credibilidade de quem produz”.

Ainda sobre a pesquisa mencionada acima, o Brasil ocupou o quinto lugar na lista de países que mais produzem podcasts e foi o que mais teve aumento na produção. A pesquisa ainda indica que a produção é feita de acordo com a demanda notada nos ouvintes, tanto em relação à duração dos programas quanto em relação aos assuntos. Dos entrevistados, 44% indicaram que ouvem podcast realizando tarefas domésticas, 38% quando estão na internet, 25% antes de dormir e 24% indicaram que consomem enquanto estudam ou trabalham. O grupo etário que mais consome essa modalidade de mídia são brasileiros entre 25 e 34 anos, compondo 28% da escuta, seguido por jovens de 16 a 24 anos que representam 24% da audiência.

Humor e Comédia aparecem no topo das temáticas mais consumidas entre as idades de 16 a 34 anos, seguido por Documentários. O assunto Educação está entre o quinto assunto mais consumido entre pessoas de 24 e 34 anos e em terceiro lugar entre pessoas de 35 a 49 anos.

Em relação aos produtores dos podcasts, a PodPesquisa Produtor (2020/2021), pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Podcasters, indica que a frente em que os podcasters atuam, para além da produção da mídia, são Comunicação, Ensino/Educação, Produção de áudio e vídeo e Tecnologia.

## 1.5 CARACTERÍSTICAS E ELEMENTOS DO PODCAST

A maioria dos podcasters afirmam em suas colocações que o interesse pelo rádio foi o ponto de partida para iniciarem a produção de seus produtos, porém, ainda que as duas mídias compartilhem da linguagem oral e tenham elementos similares com a música, efeitos sonoros e silêncio (FERRARETO, 2014), elas se diferenciam nas formas de produção, distribuição e interação com o público.

O termo antípoda refere-se àquilo que se opõe, que está do lado oposto: geograficamente, o Brasil é antípoda do Japão que está do outro lado do mundo. Algo como “o oposto”, chegando muitas vezes a ser “antagônico”. Portanto, quando afirmamos que o Podcasting, ao contrário do que muitos pensam, não é uma transmissão de rádio (ou, como o artigo do The Guardian cita “programas de rádio para baixar”) e, muito menos, um podcast não é um programa de rádio, no máximo, uma metáfora de um programa de rádio (MEDEIROS, 2006, p.6).

O primeiro ponto a diferenciar Rádio e Podcast é a forma de produção. Primo (2015), indica que para realização de um podcast é necessário que o produtor tenha apenas um microfone, ou um gravador, e acesso a um computador para fazer a distribuição. Tal facilidade de produção diminui o tempo de produção e torna mais acessível a quem deseja realizar o seu produto. Além do modo de produção não depender de um grande aparato e não necessitar de intermediários, torna a produção mais acessível e democrática, evidenciando o que de fato o consumidor deseja ouvir.

O mecanismo de concessões não é mero expediente técnico: “ele é um sistema de controle das emissões pelo poder de Estado. A sua simples existência já é uma forma de censura, pois sua função é discriminar os que estão autorizados a falar e os que estão condenados a ouvir”. O mesmo mecanismo, é importante que se lembre, passa também a ser explorado pelo Estado na compra de votos, oferecendo concessões a políticos como “presentes”. Ou seja, quem recebe o direito de explorar esse espaço loteado pode controlar o que é dito e o que é omitido. A posse desse espaço de transmissão massiva presta-se bem para a persuasão da opinião pública. Além disso, testemunha-se na história do rádio um casamento do poder político com o poder econômico. As elites que conseguem acumular concessões mantêm o poder da palavra e a concessão para vender espaço público a anunciantes. Ocorre, assim, um efeito em espiral que fortalece e enriquece os poucos grupos que podem explorar o espectro das ondas eletromagnéticas: o poder econômico e/ou político funciona como pré requisito para a concessão, o que gera em retorno mais poder econômico e político (PRIMO, 2005, p.6).

Medeiros (2006) ainda aponta que o modo do fluxo de transmissão torna a mídia Podcast diferenciada do seu antecessor. No rádio, a programação se dá de maneira ininterrupta, 24 horas ao dia, já na podosfera o fluxo é definido, inicialmente, pelo produtor com média de episódios semanais ou quinzenais, o que seria ideal

para engajar a audiência. Na PodPesquisa (2014), 85,21% dos entrevistados responderam que a frequência ideal de publicação seria semanal e 6,32% responderam que a frequência ideal seria quinzenal.

Não somente a periodicidade de disponibilidade de conteúdo é mais espaçada como a necessidade da audiência parte do ouvinte também. Primo (2005) indica que anteriormente a tecnologia era Push, ou seja, era empurrada até a audiência, nesse novo modelo ela é pull, puxada pela audiência. O ouvinte pode definir quando quer escutar, o conteúdo que deseja ouvir e ainda fazer o “o recorte” desses conteúdos. Ao navegar na podosfera o consumidor pode procurar por aquela pauta que de fato o interessa e, ao baixar, pode ouvir quando e onde quiser. Com os recursos dos tocadores ele pode pausar, adiantar, repetir, retroceder e acelerar a velocidade. É possível alterar o fluxo de reprodução do programa, consumindo de maneira linear ou definindo a sua própria sequência entre os episódios e até mesmo dentro de um único episódio.

O podcast tem a sua produção feita de maneira descentralizada (FRANCO, 2008) e dessa forma quebra as barreiras geográficas entre emissor e receptor. Diferentemente do Rádio, que se utiliza de ondas eletromagnéticas para fazer a sua transmissão e dessa forma tem uma recepção limitada geograficamente, o ouvinte do podcast não precisa estar perto de um polo emissor (PRIMO, 2005), basta que ele tenha acesso a internet e um dispositivo de acesso. Para o autor, essa pode ser considerada a desvantagem e ponto de segregação desse formato de mídia que pode não ser acessível aqueles que não possuem acesso ao ciberespaço. Entretanto, a crescente de ouvintes de podcast está justamente ligada ao aumento do acesso a smartphones por parte da população (Bonini, 2020)

A centralização no pólo emissor é uma característica muito comum nos primórdios dos meios de comunicação como o Rádio e a TV, quando as instituições concentravam em suas mãos todo o poder de emissão de informação, típico de uma época onde o modelo “fordista” determinava as forma de produção industriais e culturais. Para produzir um Podcast basta que o usuário tenha nas mãos um microfone, um computador, um software de áudio e conexão à internet. No mais, o resultado fica à cargo da criatividade do usuário que tem a liberdade de escolher o conteúdo que mais lhe interessa (MEDEIROS, 2006, p. 7).

As relações entre emissor e receptor se dão de forma mais dinâmica no processo de podcasting. Para além da autonomia na escolha das pautas que deseja consumir, o receptor passa a colaborar de maneira ativa nos conteúdos que serão produzidos ao se colocar em diálogo com demais ouvintes e produtores. O universo

podcasting não é estritamente ligado ao conteúdo em áudio (PRIMO, 2005), ele é tudo que está envolvido no processo, incluindo links que podem levar uma página da internet que complementa o conteúdo e imagens e transforma o podcast em um produto multimídia.

Os podcasts podem ser divididos em quatro categorias de acordo com o seu conteúdo (SALMON *et al*, 2008, p. 26, *apud* CAMPOS, 2009). Os audiocasts são constituídos somente pelo áudio; os videocasts são compostos por áudio e vídeo; os screencasts possuem áudio e uma imagem estática que fica visível na tela do dispositivo e os Enhanced podcasts, produtos melhorados que trazem em sua composição áudio, imagem e links para outros campos da internet.

Os podcasts são disponibilizados em sites que possibilitam a criação de fóruns (FRANCO, 2008). Esses espaços possibilitam a troca sobre as percepções e opiniões dos ouvintes, o que pode levar a reflexos em episódios posteriores. Com essa iniciativa o produtor está ciente da opinião da audiência e pode refletir a respeito de suas demandas. Vanassi (2007), complementa que a grande maioria dos podcasts são vinculados a blogs com possibilidade de conversação entre o produtor e aqueles que respondem a sua emissão, o que os diferencia de outras plataformas de mídias que baseiam as suas pautas em pesquisas de marketing.

Primo (2005) defende que com as características de micromídia, mídia destinada a pequenos públicos, o emissor tem um conhecimento e intimidade com o seu receptor e, mesmo que o alcance de pessoas seja menor em relação às mídias de massa, o podcast ganha força na interconexão de seus agentes por diversas redes. É um público menor, mas que interage entre si e expande o alcance do conteúdo. A alternância de papéis entre emissor e receptor é o que define o processo comunicacional: uma via de mão dupla.

Nesse sentido, a oposição entre emissores e receptores não faz mais sentido. Não se trata de uma relação polarizada, mas sim de um processo dialógico entre os interagentes, onde através da negociação de sentidos cada participante tem impacto no comportamento do outro. Além de precisar levar o outro em consideração para aperfeiçoar sua argumentação no debate, cada interagente acaba por rever (aperfeiçoando, transformando, alterando, fortalecendo) suas próprias posições. Essas interações têm um impacto recursivo não apenas sobre os participantes do processo, mas também sobre o próprio relacionamento em construção. Esse relacionamento vai sendo “inventado” durante a interação. Em outras palavras, não se trata de transmissão de pacotes fechados, mas sim da criação do processo enquanto ele ocorre (PRIMO, 2005, p. 19).

Em linhas gerais, as diferenciações do podcast para outros formatos de mídia

sonora se dão pelo fato de o podcast não estar 24 horas no ar, sendo feito sob demanda em episódios semanais ou quinzenais. É possível escutá-lo sem barreiras geográficas e sem necessariamente seguir a lógica linear. O custo de produção é menor e a vinculação a uma instituição não é necessária para a sua produção. O podcasting é mais do que o produto em áudio, ele abarca todo o ecossistema e pode ser multimídia. A interação e o processo dialógico é o que possibilita a criação de novos episódios baseados em demandas da audiência e expande o alcance dessa mídia.

## **1.6 CLASSIFICAÇÃO, FORMATO E ETAPAS DO PODCAST**

Como visto acima, o podcast é um formato realizado sob demanda de cada público que, de acordo com as suas preferências, pode escolher o produto não só pela temática, mas também como será apresentado. Medeiros (2006), divide os podcasts em 4 modelos principais, sendo eles: metáfora, editado, registro e educacionais.

Metáfora é definido como um modelo mais próximo ao que é veiculado em programas de rádio e conta com locutor, blocos musicais, vinhetas, notícias e entrevistas. O modelo editado corresponde a recortes de um programa, ou conteúdo de rádio, que já foi transmitido ao vivo, de modo que o internauta possa acompanhar posteriormente. Já o modelo registro é conceituado como um formato mais diverso e flexível, que pode apresentar várias temáticas e conteúdos, como comentários de séries, depoimentos jornalísticos, conversas, humor etc. Já os podcasts educacionais produtos voltados à educação (MEDEIROS, 2006).

A plataforma de análise de podcasts Feedgurus, define 6 formatos de podcasts principais, sendo eles: informativo/jornalístico, programa, histórias, entrevista, discussão/mesa redonda e monólogo. O IAB Brasil (Interactive Advertising Bureau), associação internacional de entidades de mídia interativa, ainda elege o formato endocast entre um dos principais formatos. É possível identificar os formatos educacional, de humor e de entretenimento como tipos secundários de podcast, mais categorizados pelo objetivo de temática do que pela sua estrutura.

No prefácio do livro “Podcast Guia Básico”, livro de Léo Lopes, Billy Umbella indica que qualquer áudio na internet é um podcast, mas isso não significa que é um áudio qualquer. Isso porque, para tal categorização, a qualidade é necessária e para

isso é indispensável um planejamento que compreenda 3 perguntas: Por quê, como e para quê? O porquê corresponde a motivação do podcast, se é para falar de assuntos de gosto pessoal, se é para obter algum diploma, se será motivado como fonte de renda etc. O como tem relação com as etapas propriamente ditas, o material a ser pesquisado para gerar o conteúdo e o para quê refere-se a pretensão: gerar entretenimento, educar, melhorar o currículo etc.

Neste mesmo livro, Leo Lopes, que está na podosfera desde 2009 como podcaster, proprietário da Rádiofobia Podcast e Multimídia e editor de um dos podcasts nacionalmente mais relevantes em tempo de duração e audiência (Nerdcast), defende que o produto precisa passar por 5 fases até a sua consolidação.

A primeira fase consiste na produção: é nessa etapa que o público, tema, formato, linguagem, roteiro e periodicidade são definidos. A segunda etapa corresponde a gravação, que de acordo com o autor, é umas das partes mais importantes pois tem vínculo indissociável com a qualidade; a gravação pode ser presencial (todos os participantes estão juntos), remota (os participantes estão em locais diferentes ou híbrida (alguns estão juntos, um ou mais estão em outro local que não o da gravação) e envolve também as considerações necessárias em relação ao ambiente em que o produto será gravado. A terceira fase relaciona-se com a edição; o processo inicial desta etapa passa pela escolha do software de edição, decupagem, limpeza do áudio e sonorização. A quarta etapa é a publicação, é nessa etapa que é definido em qual local da internet o podcast será armazenado. A quinta, e última etapa é a distribuição, que determina em quais locais o produto poderá ser visto: redes sociais, agregador etc.

## **CAPÍTULO 2 – TECNOLOGIA, COMUNICAÇÃO E EDUCAÇÃO**

### **2.1 AS MUDANÇAS NA EDUCAÇÃO EM DECORRÊNCIA DA TECNOLOGIA**

A educação não é uma prática linear e estática, ou seja, é necessário que ela acompanhe, nos seus métodos e aplicações, o tempo em que está inserida. Assim, ela tende a se alinhar as transformações sociais, políticas e tecnológicas que correspondem ao repertório dos agentes envolvidos no processo de ensino e aprendizagem (DOMINGUES, 2019).

O uso da tecnologia na educação não é uma pauta nova, de acordo com Almeida (2009), baseado nos estudos de Pretto (1999), as TICs, Tecnologia da Informação e Comunicação, vem sendo utilizada no contexto educacional desde a década de 1970, entretanto, se olhou para a aplicação da tecnologia com um viés tecnicista e não como um meio inovador e de transformação.

Contudo, essa utilização ocorria sem nenhuma preocupação com a construção de métodos capazes de agregar conteúdos culturais e curriculares que pudessem promover mudanças qualitativas e/ou avanços nos modos de ensinar e aprender já consolidados. Isso fazia com que as possibilidades de possíveis inovações a partir dos novos recursos fossem incorporadas apenas enquanto uma forma diferente de fazer o mesmo. (PRETTO, 1999 *apud* ALMEIDA, 2009, p.9).

As Tecnologias da Informação e da Comunicação são empregadas em vários setores da sociedade e são fruto da expansão dos recursos da tecnologia (PEREIRA; SILVA, 2020). Os autores pontuam que no setor administrativo, por exemplo, é possível observar as TICs na forma de comunicação, como o uso de e-mail, na pesquisa eletrônica e na “governança eletrônica” que, resumidamente, se traduz na manifestação e participação da população em ações governamentais por uso de meios eletrônicos (MEDEIROS; GUIMARÃES, 2005).

Já na educação, as TICs têm sido empregadas como meio de gerar aprendizado mais significativo ao se conectar com a realidade do aluno, de permitir a interlocução dos saberes entre as áreas do conhecimento e permitir o desenvolvimento de competências da própria linguagem digital, dos recursos e dispositivos tecnológicos (MEC, 2018).

Compreender, utilizar e criar tecnologias digitais de informação e comunicação de forma crítica, significativa, reflexiva e ética nas diversas práticas sociais (incluindo as escolares) para se comunicar, acessar e disseminar informações, produzir conhecimentos, resolver problemas e exercer protagonismo e autoria na vida pessoal e coletiva (BNCC, 2018).

Moran (2006), aponta que a educação está ultrapassada e que o modelo expositivo, onde o professor se coloca como detentor do conhecimento, desmotiva ambos os lados do processo. Para o autor, a tecnologia, faz com que se amplie a possibilidade do espaço e do tempo dentro do conceito do que seria uma aula,

estabelece relação com o audiovisual e permite conexões entre o presencial e o virtual. Em todo caso, é necessário pontuar que a tecnologia, por mais que seja de grande auxílio, por si só, não elucida todas as questões de um ensino, ou educação, de qualidade (MORAN, 2006).

Nosso desafio maior é caminhar para um ensino e uma educação de qualidade, que integre todas as dimensões do ser humano. Para isso precisamos de pessoas que façam essa integração em si mesmas no que concerne aos aspectos sensorial, intelectual, emocional, ético e tecnológico, que transitem de forma fácil entre o pessoal e o social, que expressem nas suas palavras e ações que estão sempre evoluindo, mudando, avançando (MORAN, 2006, p.15).

A pandemia de Covid-19, doença causada pelo vírus SARS-CoV-2, que teve o seu primeiro caso detectado no Brasil no ano de 2020, forçou professores e alunos a repensarem os meios utilizados para o processo de ensino e aprendizagem. Também nesse cenário, o espaço físico das salas de aula migrou para plataformas de videoconferências e outros meios de comunicação síncronas e assíncronas. Nesse contexto, a Tecnologia da Informação e Comunicação foi amplamente explorada de modo a suprir as demandas acadêmicas em um contexto educativo e administrativo.

Ainda que o contexto acima mencionado tenha contribuído para o uso positivo das tecnologias, as críticas aos modelos de educação empregados na atualidade são latentes, isso porque não se trata do uso da tecnologia em si, mas da motivação por trás do uso, é necessário pensar criticamente o uso das tecnologias (CONTE; HABOWSKI; RIOS, 2018).

A educação não se reduz à técnica, mas não se faz educação sem ela. Utilizar computadores na educação, em lugar de reduzir, pode expandir a capacidade crítica e criativa de nossos meninos e meninas. Dependendo de quem o usa, a favor de quem e para quê. O homem concreto deve se instrumentar com o recurso da ciência e da tecnologia para melhor lutar pela causa de sua humanização e de sua libertação (FREIRE, 2001).

A educação tem um poder emancipatório em vários níveis de entendimento e, de acordo com Conte, Habowski e Rios, a mobilização para que se entenda criticamente o uso das tecnologias também por parte dos estudantes é parte desse processo. Segundo os autores, o papel emancipador das tecnologias está na possibilidade de diálogo, reaproximação dos sujeitos e no reconhecimento como seres sociais.

O conceito do diálogo e da co-partilha em direção ao uso da inovação também é defendida por Prandi (2009), ele menciona que a maior integralização

entre os docentes de diversas áreas e o alinhamento com a realidade do aluno podem contribuir para o processo de ensino-aprendizagem.

O domínio das relações situacionais implica a compreensão, por parte dos sujeitos, de si mesmo, dos outros, de suas relações recíprocas, da sua pertinência ao grupo social e à humanidade como um todo. Refletindo sobre a prática pedagógica universitária, observa-se que trata da metodologia do Ensino Superior, da prática pedagógica e das didáticas, da epistemologia da prática profissional, da sala de aula universitária e de sua gestão pedagógica, e da inovação na educação, entre outros (PRANDI, 2009).

Em seu livro “Cibercultura”, Lévy (1999) conceitua esse termo como práticas, técnicas, pensamentos e atitudes que se desenvolvem a partir da relação das pessoas que estão conectadas a rede. O autor registra que a busca pela educação não é somente uma demanda numérica, mas também qualitativa, de diversificação e personalização. A rede pode contribuir para a troca de saberes entre os agentes e reforça o papel cooperativo que os conteúdos e a interações geradas na internet podem promover.

O pensamento de Lévy sobre o campo virtual soma-se a ideia de Freire de que a educação não deve ser bancarizada, ou seja, o ideal é que não houvesse um ser apropriado do conhecimento que colonizasse as ideias e conhecimentos de outros indivíduos, mas sim que o processo de ensino e aprendizagem fosse mais integrativo e colaborativo

O ponto principal aqui é a mudança qualitativa nos processos de aprendizagem. Procura-se menos transferir cursos clássicos para formatos hipermídia interativos ou “abolir a distância” do que estabelecer novos paradigmas de aquisição dos conhecimentos e de constituição dos saberes. A direção mais promissora, que por sinal traduz a perspectiva da inteligência coletiva no domínio educativo, é a da aprendizagem cooperativa [...] Em novos “campus virtuais”, os professores e os estudantes partilham os recursos materiais e informacionais de que dispõem. Os professores aprendem ao mesmo tempo que os estudantes e atualizam continuamente tanto seus saberes “disciplinares” como suas competências pedagógicas [...] Não se trata aqui de usar as tecnologias a qualquer custo, mas sim de acompanhar consciente e deliberadamente uma mudança de civilização que questiona profundamente as formas institucionais, as mentalidades e a cultura dos sistemas educacionais tradicionais e sobretudo os papéis de professor e de aluno (LÉVY, 1999, p. 170).

Diante da necessidade de repensar o uso das tecnologias, de modo que contribua para uma visão mais crítica, gerando avanços significativos na sua aplicação, o autor Lobo (2015) buscou apresentar algumas formas para utilização das TICs no Ensino Superior. Nesse nível educacional, as Tecnologias da Informação e da Comunicação podem ser aplicadas em pesquisas, exposição dos conteúdos e materiais e na disseminação do conhecimento (LOBO, 2015).

Conforme o autor citado acima, as possibilidades de utilização das TICs na educação superior podem ser aplicadas no planejamento didático, na pesquisa, nas comunicações, em softwares de gerenciamento e monitoramento local e remoto.

## **2.2 EDUCAÇÃO, COMUNICAÇÃO E MÍDIAS**

Na atualidade, a questão não é se as mídias poderão ou não adentrar ao espaço educacional, mas sim como fazer a implementação de uma maneira benéfica às pessoas envolvidas. Um cidadão que é educado para a mídia tem autonomia para utilizar as ferramentas da comunicação, processar criticamente as informações que recebe, manipular os objetos e aparatos da mídia em benefício da sua expressão, consegue se incluir de maneira ética e responsável no meio informacional e garantir o seu direito de liberdade de expressão. Considerando que o mundo atual é conectado, a educação midiática pode contribuir para maior inclusão social, permitir o empoderamento de modo que as pessoas façam contribuições positiva para as sociedades que participam (BLANCO, 2020)

A Organização das Nações Unidas (ONU) entendeu, em 2011, que pela natureza “transformadora e única” da internet, o acesso à rede favorece o progresso da sociedade, permite que os usuários exerçam o direito de opinião e expressão e deve, portanto, ser garantido como direito humano básico, ao lado de outros que protegem a liberdade e a dignidade.

No Guia da Educação Midiática, uma obra desenvolvida pelo Educamídia, programa de educação midiática desenvolvido pelo Instituto Palavra Aberta, as autoras pontuam que a educação midiática corresponde ao processo de criar nos discentes habilidades que permitam a análise, criação e participação no ambiente midiático de maneira crítica independente do formato que ela se apresente. Já em relação aos docentes, essas habilidades correspondem ao processo de explorar novas abordagens de conteúdo, promover uma cultura de aprendizado de modo que o docente seja facilitador desse processo (FERRARI, MACHADO, OCHS, 2020).

O processo de educação midiática extrapola o conhecimento e utilização dos aparatos e, embora as recentes gerações já tenham crescido em meio a tecnologia ou sejam “nativos digitais”, as autoras, baseadas na obra de Henry Jenkins, apontam que a necessidade de aprender sobre a mídia no ambiente educativo parte de três pontos, sendo eles: participação, transparência e ética.

Participação é a preocupação que os estudantes tenham acesso e

efetivamente desenvolvam habilidades para participarem das questões sociais, políticas e econômicas que são movimentadas também por esse universo. Transparência é o questionamento de como garantir a consciência e entendimento de que as mídias possuem capacidade de criar imaginários coletivos e moldar as percepções. Enquanto ética é a busca de como garantir padrões éticos na interação do indivíduo, como participante e produtor, no contexto midiático.

Dois conceitos se articulam como meios do processo da educação midiática e são fundamentais na construção de uma relação mais saudável e potencializadora dos recursos disponíveis nesse campo. O letramento digital, que corresponde ao uso em si dos dispositivos, suas funcionalidades e a capacidade de empregar novas ferramentas de acordo com a necessidade e a Educomunicação, que tem como objetivo desenvolver e fortalecer no educando a capacidade de se expressar tendo a comunicação como meio. Além disso, a educomunicação busca fortalecer a expressão como meio de voz a grupos que socialmente não possuem esse espaço (FERRARI; MACHAD; OCHS, 2020).

O que logo ficou claro é que o foco dos trabalhos e projetos de educomunicação não era apenas a análise dos meios de comunicação em si, mas as possibilidades de intervenção da comunicação como expressão de grupos ou gestão de vozes e desejos. Assim, a educomunicação “busca transformações sociais que priorizem, desde o processo de alfabetização, o exercício da expressão”, nas palavras do professor da USP Ismar de Oliveira Soares, um dos principais nomes da área (FERRARI, MACHADO, OCHS, 2020, p. 51).

Com o forte desenvolvimento da tecnologia e a oferta de dispositivos mais acessíveis, alguns hábitos e comportamentos foram alterados, entre eles a forma de se comunicar, expressar e consumir mídia. Não só o consumo mudou, mas também a recepção. Na atualidade é possível verificar uma mudança do público com a rede e a mídia, há um papel mais ativo e presente, o que pode, devido às facilidades de acesso a conteúdo e meios, transformá-los em produtores e mediadores (FERRARI, MACHADO, OCHS, 2020).

De acordo com Jenkins (2006), citado anteriormente neste trabalho, a convergência retrata a tecnologia não só como suporte na propagação de conteúdos por diferentes aparatos, mas também na mudança do comportamento e a participação do público junto aos meios.

Essas tecnologias não alteram simplesmente as formas como a mídia produz ou é consumida; elas também ajudam a derrubar barreiras de entrada no mercado da mídia. A Internet abriu um novo espaço público de discussões sobre os conteúdos midiáticos e a web tornou-se um importante

mostruário para a produção cultural de base (JENKINS, 2006c, p. 555).

### 2.3 O USO DE PODCAST NO ENSINO SUPERIOR

Ainda que o podcast tenha alcançado uma abrangência maior, o tempo curto de existência dessa mídia para fins de estudos da área, torna as classificações desse recurso incipientes em um campo educacional (Freire, 2013).

De acordo com Freire (2013), uma abordagem para a classificação, desconsiderada pela bibliografia acerca do tema, é o modo de produção, a finalidade pelo qual o podcast é realizado, não necessariamente a tecnologia que é empregada.

A desconsideração do modo de produzir, vista por um olhar educativo, acaba por juntar produtos diferentes em uma mesma classificação. Desse modo, o autor acaba por discordar da classificação feita por Medeiros (2006), exposta anteriormente neste trabalho, e propõe uma nova classificação por um viés educativo.

O caráter educativo de produções tecnológicas pode dar-se a partir de formatos os mais diversos, desde que se dediquem ao estudo regular dos conteúdos ou das formas desses materiais, englobando aspectos como seu contexto de produção e de uso, entre outros. Desse modo, torna-se pouco adequada a divisão de categorias elaborada por Medeiros, em vista da observação de que, efetivamente, todos os modelos citados poderiam ser classificados como “educacionais”. Os quesitos apontados marcam, deste modo, a necessidade da elaboração de uma estratégia de classificação do podcast a partir de critérios mais rigorosos, além de educativamente relevantes para a determinação do teor específico das diversas possibilidades de uso daquela tecnologia em âmbito educativo (FREIRE, 2013, p. 718).

Freire (2013), indica que o podcast pode ser organizado a partir de três fontes principais, sendo elas: assimilação de conteúdo já disseminado em outro veículo, conteúdo feito a partir de registros e a produção original. Partindo do modo de produção como meio classificatório, o autor define a sua categorização em podcasts de Ampliação Tecnológica, Registro e Produção original.

De acordo com o autor, "O podcast Ampliação Tecnológica é aquele cujo formato digital de áudio é utilizado para a distribuição on-line de conteúdos já previamente produzidos para outras tecnologias" (FREIRE, 2013, p. 718). Nesse formato, tende-se a um híbrido, onde tecnologias diferentes se mesclam. Exemplos desse formato são a disponibilização em MP3 de programas de rádio que já foram ao ar, conversão em arquivos digitais de audiolivros, fitas cassetes, captura de áudio

de programas de televisão etc.

O podcast de Registro caracteriza-se pela documentação em áudio de uma exposição falada, seja ela uma aula ou palestra. De acordo com o autor, "essa modalidade de podcast mostra-se, a princípio, de realização tecnicamente mais simples, por prescindir, na maioria das vezes, do processo de edição, resumindo-se apenas à captura sonora (FREIRE, 2013, p. 718). Para esse tipo de produção só é necessário um gravador, um celular ou outro recurso de captação de áudio.

Freire (2013) apresenta o podcast de Produção Original com uma complexidade maior, isso porque, desde a sua concepção ele é destinado a esse modelo de mídia. Ele possui como característica o cuidado com a edição e a técnica, busca pela participação de mais um interlocutor e o debate entre eles.

O podcast de Produção Original é marcado pelo interesse pessoal dos sujeitos envolvidos, o que o assemelha de uma produção sob demanda. É marcado pela possibilidade da casualidade e esse contexto abre espaço para a veiculação de diferentes formas de expressão, propiciando uma variedade linguística, inclusão de indivíduos marginalizados e temas pouco debatidos abertamente na grande mídia.

Essas singularidades são positivas, não por um pretendo entendimento de que programas que veiculem palavras ou gírias sejam melhores que outros que não o façam. Na verdade, é possível dizer que não são melhores, tampouco piores em razão disso. Tal prática, encontrada em podcasts, é aqui exposta como positiva por abarcar de modo mais amplo a diversidade de valores, fundamental a uma leitura de mundo que considere sua diversidade (FREIRE, 1971 *apud* FREIRE, 2013, p. 720).

A última categoria elencada costuma ser ouvida em momentos de realização de outras atividades como espera em filas, deslocamento e realização de tarefas domésticas. Por essa observação exposta, e por ser considerado um material sob demanda, há uma preocupação maior em capturar a audiência, com evidencia o autor:

Dessa maneira, a consideração da fragilidade de atenção na escuta acaba também por reforçar a necessidade de dinâmica dos podcasts Produção Original, mediante a aplicação de um ritmo leve e ágil, propiciado tanto pela aplicação de um tom mais expressivo e menos formal aos programas quanto pelo uso da edição [...] na distribuição por demanda, todavia, os usuários precisam ir ao encontro do conteúdo. Portanto, é válido afirmar que se um podcast não despertar a atenção do ouvinte já na primeira audição, dificilmente terá outra chance de conquistá-lo, tendo em vista que o usuário deverá novamente buscar o acesso ao conteúdo por download (FREIRE, 2013, p. 24).

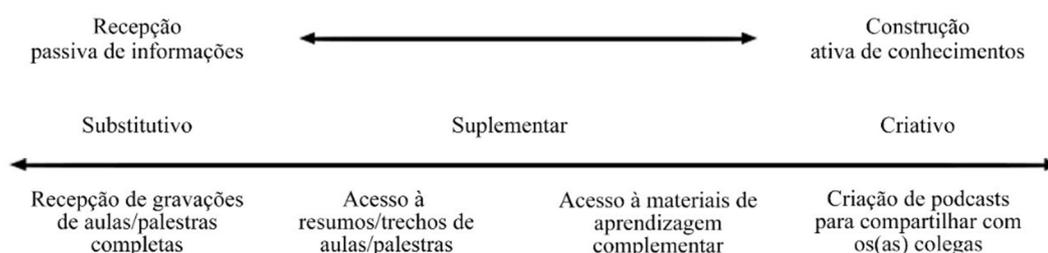
Crepaldi e Ferreira (2022) analisaram 20 registros de trabalhos acadêmicos

disponíveis no Google Acadêmico e Portal de periódicos da CAPES a respeito do uso potencial da mídia podcast no ensino superior e levantaram a partir disso duas perspectivas de uso, três modalidades de uso mais frequentes, quatro situações em que os podcasts são usados no contexto do ensino superior.

De acordo com a pesquisa de Crepaldi e Ferreira (2022), as perspectivas de uso correspondem a Recepção Passiva de conhecimentos, onde o podcast é usado para substituir uma aula, o que acaba por reforçar o modelo tradicional; e a Construção ativa de conhecimentos, onde “o(a) discente é o(a) protagonista e autônomo no processo de ensino-aprendizagem, conseqüentemente, deixa de ser apenas um(a) receptor(a) de informações” (CREPALDI; FERREIRA, 2022, p.7)

As modalidades de uso são “substitutivo”, que corresponde a perspectiva passiva, “suplementar”, que é um meio termo entre os extremos, e “criativo”, que se vincula a perspectiva ativa. As situações de uso podem ser vistas no esquema produzido pelos autores logo abaixo da linha que delimita as três modalidades de uso (FIGURA 1):

**Figura 1**– Modalidades de uso do podcast de acordo com



**Fonte:** Crepaldi e Ferreira (2022)

Na bibliografia que compôs os estudos de Crepaldi e Ferreira, os autores indicam que observaram uma relação entre as classificações de podcasts indicadas por Freire (2013) e as suas considerações a respeito das três modalidades de uso da mídia, sendo que a classificação "Podcast de Registro" estaria mais alinhada ao modo substitutivo (passivo) o "Podcast Ampliação Tecnológica" estaria vinculado a um modo suplementar e "Podcast Original" vinculado a um modo criativo (ativo) (Crepaldi e Ferreira, 2022). Diante do exposto, os autores concluem:

Os podcasts não estão sendo usados em todas as suas possibilidades na educação superior. A maioria dos estudos apontam que essa tecnologia tem sido usada como recurso suplementar à educação, no qual os(as) estudantes ainda não protagonizam ativamente o seu processo de ensino aprendizagem. Com isso, ressalta-se que a tecnologia digital em si não determina o seu uso em contextos educativos, mas sim a pedagogia dominante empregada pelas IES, pelos seus docentes e discentes. (CREPALDI; FERREIRA, 2022)

O uso dos podcasts no contexto da educação permite que o aluno revise materiais e conteúdos de uma maneira mais acessível e prática, isso permite uma ampliação dos contextos e situações de estudo, estimula a autonomia da capacidade de concentração e auto responsabilização do progresso da construção do próprio aprendizado (OLIVEIRA; CARDOSO, 2009 *apud* JOBBINGS, 2005).

De acordo com Franco (2008), a questão do espaço e tempo é um forte incentivador do uso da mídia podcast no ensino, isso porque o conteúdo pode ser acessado a qualquer hora e em qualquer lugar. Crepaldi e Ferreira (2020) reforçam essa ideia indicando que o podcast pode ser acessado e consumido em meio a realização de outras atividades.

Franco (2008), destaca que essa modalidade de mídia possui um baixo custo, tanto para quem consome, quanto para quem produz. Não é necessário grande aparato tecnológico para o acesso e a produção. A autora ainda sugere uma certa familiaridade "natural" com essa mídia, pois a audição é o primeiro sentido desenvolvido pelo ser humano no processo de gestação e é algo fundamental para a compreensão do que é originado no mundo externo. A respeito do uso da oralidade e da audição, Utsunomiya e Berlezzi (2008) expõe o seguinte:

O uso de podcasts como material pedagógico de apoio a conteúdos ministrados em cursos presenciais justifica-se pelo fato de haver uma subutilização da linguagem oral no processo de ensino-aprendizagem fora da sala de aula. Privilegia-se a linguagem verbal escrita – leitura – e imagética – imagens e vídeos, deixando-se de explorar o potencial do recurso auditivo, como o podcast. (UTSUNOMIYA; BERLEZZI, 2008, p.3).

A introdução da mídia podcast em um contexto de ensino superior pode fomentar o pensamento crítico dos cenários e realidade dos alunos (CREPALDI;

FERREIRA, 2020) e pode contribuir para a participação e inclusão de pessoas com deficiência visual (FRANCO, 2008).

Os podcasts serão igualmente muito valiosos para aqueles alunos que não lêem bem, têm um estilo de aprendizagem auditivo, e claro está, aqueles com deficiências visuais. A voz sem dúvida humaniza e personaliza, os ouvintes ligam-se à voz e podem inclusive sentir-se menos isolados no estudo (OLIVEIRA; CARDOSO, 2009, p. 90)

### **CAPÍTULO 3 – ANÁLISE**

O uso dos podcasts no ensino superior brasileiro ainda não rompe com o modo de ensino tradicional, passivo e bancário, onde o professor detém o conhecimento e passa aos seus alunos. Para Crepaldi e Ferreira (2020, p. 11), há um meio de romper com essa passividade e colocar o discente como protagonista da construção do conhecimento “e um modo disso acontecer é com a inserção dos podcasts de maneira criativa, permitindo a colaboração e estimulando a autonomia da comunidade universitária.”

No sentido do exposto acima, este capítulo tem como finalidade a apresentação e análise de podcasts que foram produzidos em instituições de ensino superior. Na análise são observados em cada produto os seguintes pontos: temática, produção; quem os produz, se há utilização de recursos da instituição, distribuição, periodicidade, duração, formato, categorização, perspectivas e modalidades de uso.

Os seis podcasts presentes foram selecionados mediante pesquisa pelos termos “podcast universitário”, “podcasts feitos por alunos de universidade”, “podcasts feitos na universidade”, na aba de “podcasts e programas” do Spotify e no Google. Os critérios para seleção dos podcasts presentes nesse trabalho foram o idioma, a presença de descrição a respeito do produto, quantidade de episódios, vínculo do podcast ou do produtor do mesmo com alguma instituição de ensino superior e existência de conteúdo escrito a respeito do produto.

#### **3.1 ARTIGOS FALADOS**

O primeiro podcast que integra o corpo da análise foi encontrado em busca pelo termo “podcasts feitos por alunos de universidade” no Google e, posteriormente, foi encontrado um material no Google Acadêmico acerca do desenvolvimento desse podcast. Ele se trata de um material produzido, à priori, como produto de um TCC para obtenção de título de bacharel de comunicação social e passou a compor a

Rádio Cordel, emissora comunitária da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

A Rádio Cordel, existente desde 2019, possui um site onde foi possível identificar que as produções são realizadas por alunos e professores do câmpus de Caruaru e que, até a data da pesquisa, funcionava exclusivamente pelas plataformas digitais, porém, há pretensão de transformá-la em uma rádio-poste do câmpus. Ribeiro, Figueiredo e Oliveira (2020) definem o conceito de rádio-poste como “emissoras que transmitem por alto-falantes nos postes das ruas e praças”. A maioria delas transmite apenas músicas e anúncios comerciais, porém algumas equipes dão preferência aos programas comunitários.

A programação da emissora gira em torno das atividades de ensino, pesquisa e extensão, princípio da indissociabilidade que rege as instituições de ensino superior, do câmpus. Possui interações com membros externos à universidade e tem como papel entreter e informar os seus ouvintes. Na aba “quem somos” do site, a descrição da emissora indica que “é um espaço democrático por meio do qual a universidade dialoga com a sociedade, destacando a sua missão de ser uma instituição pública, gratuita, inclusiva, diversa e multicultural” (RÁDIO DE CORDEL, 2022).

O site da Rádio Cordel divide os seus episódios em temporadas e o “Artigos Falados”, podcast criado, produzido e dirigido por Carla Nogueira, aparece na temporada um do ano de 2022, ano de publicação também no Spotify, porém a produção, vinculada ao trabalho de conclusão de curso, data 2020.

Artigos Falados tem como proposta ser um podcast de adaptação literária, em cada série a ideia é apresentar um artigo realizado pelos discentes e docentes do CAA. Até então, há uma única série onde cada episódio narra uma parte do artigo “Vozes que ocupam: mídia sonora, comunicação e direitos humanos” produzido por discentes da área da comunicação da Universidade Federal de Pernambuco. A proposta foi idealizada a partir da observação da implementação de cotas para “deficientes físicos e mentais”, termo empregado pela universidade em questão, que ocorreu em 2018 na UFPE. A finalidade do podcast é compartilhar o conhecimento científico de modo inclusivo e facilitar o acesso de material acadêmico para alunos que possuam alguma deficiência visual.

O podcast foi idealizado, produzido e editado por uma discente do curso de

Comunicação Social e, em decorrência da pandemia de covid19, foi produzido em sua residência com equipamento próprio. Ele conta com dez episódios, sendo que cada um corresponde a um trecho do artigo acadêmico. Desse modo a divisão sequencial dos episódios são: resumo, introdução, 5 episódios dedicados às sessões do artigo, considerações finais, referências e entrevista com o autor.

A produção em questão não é bem definida em relação ao seu formato, traz elementos do formato informativo, mas pode ser mais bem compreendido pelo seu objetivo do que pela sua estrutura. Desse modo, é possível compreendê-lo dentro do formato educacional.

É possível encontrar o podcast “Artigos Falados” no site da Rádio Agreste, nos agregadores RadioPublic e no Spotify, que, de acordo com a PodPesquisa (2019/2020), é o agregador utilizado por 40% dos ouvintes presentes na podosfera brasileira. Como está disponível em um agregador, é possível dizer que o podcast em questão faz uso de Feed RSS, fundamental para denominação desse formato de mídia, entretanto, foi possível notar que a disponibilização no site não respeita um dos princípios dessa mídia que é a possibilidade de baixar o conteúdo. O material disponível no site é um link agregado do Spotify, sendo assim, caso o ouvinte tenha acesso somente ao site, não poderá baixar o conteúdo, o que torna a audição indissociável a existência de internet.

No material escrito, e na vinheta dos episódios, é possível identificar uma projeção de publicações mensais, o que, de acordo com Medeiros (2006) e a pesquisa realizada pela Associação Brasileira de Podcasters (PODPESQUISA 2018), foge do ideal que seria lançamentos semanais ou quinzenais. Na Podpesquisa 2018, 80, 5% dos entrevistados responderam que a frequência ideal de publicação seria semanal, contra 0,37% que responderam mensal.

Foi possível observar que a sequência de postagens, tanto no site, quanto no Spotify, não respeitou a programação realizada inicialmente. A previsão era de publicações mensais, porém, foi possível observar que todos os episódios foram postados, tanto no site da Rádio Agreste, quanto no Spotify, no dia 16 de fevereiro de 2022. Dados de uma pesquisa realizada pelo IAB Brasil (2021) indicam que 35% dos ouvintes consomem essa mídia três ou mais vezes na semana e 20% escutam duas vezes na semana. As publicações realizadas em uma única leva podem desmotivar a audiência, pois essa não terá a expectativa como motivador para ouvir

um episódio nas suas sessões de escuta.

Dados da Buzzsprout (2022), plataforma de hospedagem de podcasts, indicam que há variações na duração de podcasts, porém é possível observar uma tendência. De 119.116 podcasts ativos, mais de 50% possuem entre 20 e 60 minutos de duração e menos de 10% têm menos de dez minutos de duração. “Artigos falados” não está hospedado nessa plataforma, mas considerando essa métrica, está abaixo da média, tendo 5 de seus episódios com um a dez minutos de duração e 5 entre 11 e 19 minutos.

Na classificação feita por Medeiros (2006), “Artigos Falados” pode ser definido como um podcast híbrido, uma vez que se enquadra no gênero Educacional, pois é utilizado para a propagação de conhecimento científico, mas também possui elementos do modelo de Registro, com entrevistas e possibilidade de diversas temáticas.

Ao considerar a classificação feita por Freire (2013), “Artigos Falados” pode ser definido como um produto de Ampliação Tecnológica, uma vez que se apropria de material já produzido em outro formato, o textual, e o transforma em mídia sonora.

Ainda que “Artigos Falados” seja um podcast que reproduz um material pré-produzido, não corresponde ao modelo de educação bancária, uma vez que, tanto o artigo a ser narrado quanto a produção do produto de mídia sonora, têm participação ativa de discentes da instituição de ensino. É possível observar um teor colaborativo no produto, uma vez que o conhecimento é compartilhado de aluno para aluno, com intenção de inclusão e desenvolvimento mútuo.

Os alunos que o produzem adquirem conhecimento em todo o processo de produção. Assim como os ouvintes, nesse caso específico sendo o público-alvo alunos com deficiência visual, podem ser protagonistas do seu próprio processo de aprendizagem ao buscarem por materiais que correspondam às suas necessidades específicas.

Considerando o exposto, “Artigos Falados” corresponde a uma perspectiva de Construção Ativa de conhecimento no uso da mídia sonora podcast, onde o discente é protagonista e autônomo no processo de aprendizagem e está compreendido na modalidade de uso criativo.

### **3.2 UNIFORCAST**

Os três termos utilizados para busca dos produtos nessa pesquisa trouxeram “UniforCast” como resultado na aba de “podcasts e programas” do Spotify. Na descrição presente na plataforma foi possível identificar que o produto conta com histórias e entrevistas de especialistas e tem como objetivo proporcionar conhecimento e informação para além do espaço da universidade.

O podcast é realizado por alunos, docentes e servidores da Universidade de Fortaleza. Com início em 2019, o produto conta com recursos da universidade no processo de produção e, em decorrência da pandemia, alguns episódios foram realizados com recursos dos próprios alunos.

Foi possível identificar a presença do “UniforCast” em agregadores como Spotify, Apple Podcast, Google Podcast, TuneIn e no site da própria universidade. Ter disponibilidade em agregadores indica presença de Feed RSS, o que o classifica dentro da mídia sonora podcast. Foi possível identificar que o site da universidade possui o link do Spotify embedado, ou seja, assim como observado na análise do primeiro podcast, não é possível baixar episódios a partir do site.

O podcast em questão, até a data da realização dessa análise (20/12/2022), possui 272 episódios e não tem uma única temática, o que demonstra um empenho coletivo da universidade em prol da utilização dessa mídia, bem como uma democratização dos aparatos das tecnologias de produção e comunicação para cursos, discente e docentes da universidade.

O “Uniforcast” desdobra-se em onze programas e possui episódios “soltos”, que não correspondem a nenhum programa específico. As pautas abrangem assuntos da comunicação, psicologia, fisioterapia, debates científicos, literatura, corpo, comportamento, cultura etc. A amplitude de temáticas e a presença de diferentes cursos envolvidos reforçam a potencialidade que o podcast tem de ser aplicado em diferentes áreas do conhecimento e contribuir para a expansão de repertório e habilidades dos alunos que produzem e consomem os conteúdos.

Um dos programas produzidos pelo podcast apresenta mais recursos de distribuição e abordagem. “Miolo de pote”, traz em seus episódios entrevistas com personalidades que possuem alguma relação com a comunidade cearense e que podem vir a inspirar com suas narrativas. O programa em questão também se apresenta como um videocast. Segundo Freire (2013), “videocast pode ser definido como um modo de produção/disseminação livre de programas focado na reprodução

de imagens em movimento, que podem ser articuladas com oralidade, música/som e/ou escritos, distribuídos sob demanda”

O programa “Miolo de pote” apresenta seu episódio, com áudio e vídeo, às quartas-feiras no canal do Youtube da Universidade de Fortaleza e às quintas-feiras o disponibiliza no Spotify. Ele possui um mesmo conteúdo com recursos diferentes e em plataformas distintas assim é possível discutir se “Miolo de Pote” se trata de um produto crossmedia.

Na crossmedia há um processo de difusão de conteúdo em diversos meios. O material não necessariamente deve ser idêntico, muitas vezes, o que é divulgado em uma mídia completa o que está presente em outra. Assim, pode existir uma diferenciação no texto, com acréscimo de imagens e arquivos em áudio. O objetivo é criar uma interação do público com o conteúdo. Se levarmos a palavra crossmedia ao seu significado reduzido seria a mídia cruzada. Mas, é preciso considerar também as especificidades de cada meio na adaptação do conteúdo, sem perder a sua essência (FINGER, 2013, p. 377).

A frequência de publicações do “Uniforcast” é semanal e há registros de postagem de episódios de diferentes programas por semana. Os episódios possuem duração de um e 129 minutos, sendo que 55 episódios possuem de um a dezenove minutos, 141 possuem entre 20 e 40 minutos e 76 episódios têm 41 ou mais minutos de duração.

Os formatos que se sobressaem entre os onze programas do “UniforCast” é o de mesa redonda e entrevistas. É possível notar que os programas e episódios que possuem alunos envolvidos na produção têm um grau de irreverência e flexibilidade maior em relação ao que deve ter sido previamente programado no roteiro e traz uma correlação maior dos temas com o que é vivido para além do universo acadêmico. Essa irreverência traz naturalidade, o que acaba por tornar a escuta mais dinâmica.

Na classificação proposta por Medeiros (2006), “Uniforcast”, em sua integralidade, pode ser categorizado como um podcast de Registro, por trazer diferentes temáticas em seus episódios e programas, e Educacional. De acordo com a classificação realizada por Freire (2013), o podcast pode ser classificado como Produção Original, isso porque ele parte do princípio de interesse dos produtores na temática e o conteúdo é desenvolvido desde o seu princípio para esse formato de mídia.

Em alguns programas e episódios o conteúdo apresentado possui ligação direta com alguns cursos presentes na Universidade de Fortaleza, alguns inclusive

foram desenvolvidos como projetos e trabalhos de disciplinas, entretanto o material apresenta uma nova linguagem a respeito do que compartilhado em sala de aula e busca expor correlações com a realidade dos ouvintes, que podem ou não, estar dentro do contexto da universidade. Pelo exposto, a perspectiva de uso, apresentada por Crepaldi e Ferreira (2022), e de Construção Ativa do Conhecimento e compreende a modalidade de uso Criativo.

### **3.3 PODCASTUNESP**

O “Podcast UNESP” aparece em busca pelos termos “podcasts feitos por alunos de universidade” e “Podcasts feitos na universidade” na aba de podcasts e programas do Spotify. Posteriormente, foi possível identificar no Google uma página web de mesmo nome onde os arquivos de áudio também são disponibilizados.

A descrição presente na plataforma Spotify, indica que o produto é produzido desde 2011 e tem como objetivo “divulgar o universo acadêmico para além da universidade”. A produção é realizada por servidores que compõe a ACI, Assessoria de Comunicação e Imprensa da Universidade, com estúdio presente na própria instituição. Foi possível identificar a participação de alunos somente em um dos programas produzidos pelo podcast, o Pod Met, podcast que surgiu de um projeto de extensão do curso de Meteorologia.

O podcast contém 15 programas distintos que tratam de política, cultura, divulgação científica, informativos meteorológicos e da rotina da universidade etc. Pode ser encontrado na plataforma de áudio Spotify, Deezer e em site de domínio próprio. Em comparação aos dois produtos anteriormente analisados, o Podcast Unesp é mais acessível em termo de distribuição, isso porque, diferente dos outros dois, é possível baixar o arquivo de áudio diretamente pelo site e há disponibilização do RSS, o que permite buscar pelos arquivos em outros agregadores, e do link embed, o que permite linkar o “Podcast UNESP” a outros sites e blogues.

O podcast em questão começou a ser produzido e distribuído antes da chegada dos streamings de áudio ao Brasil – Spotify e Deezer, plataformas onde é possível ouvir as produções, foram lançados no Brasil em 2014 e 2013, respectivamente – pelo pioneirismo apresentado, é possível notar que o conteúdo integral das produções está contido somente no site.

Um ponto a ser observado é a relação entre pioneirismo e a possível

dificuldade com novas tecnologias. No site é possível encontrar 1272 páginas com episódios disponíveis, sendo que cada um deles possui uma “capa” que ilustra a qual programa o podcast pertence. Já no Spotify foi possível encontrar 50 episódios, de 11 dos 15 programas produzidos, sendo que as postagens foram iniciadas em novembro de 2022. Os podcasts não possuem uma identificação visual diferenciada, todos apresentam a mesma capa onde contém o nome do podcast, a ilustração de uma onda sonora e um fone com a logo da universidade.

Na plataforma Deezer, foi possível identificar dois dos 15 programas produzidos, com postagens iniciadas em setembro de 2022, 9 anos após o lançamento da plataforma no Brasil. Nessa plataforma os programas são divididos em podcasts diferentes, ou seja, não há um “perfil” central do “Podcast Unesp”. Nesse veículo, já é possível observar a elaboração de uma identidade visual para cada um dos programas.

A frequência de publicação no site e no Spotify é diária, já na Deezer há uma variação para cada um dos programas. O programa “Pod Mundo e Política”, que apresenta entrevistas com especialistas políticos a respeito de diferentes temas, tem em sua descrição a proposta de ser semanal, porém é possível observar uma variação de 2 a 18 dias de diferença entre as postagens. Os episódios variam de um a 70 minutos.

Ainda que “Podcast Unesp” ofereça a possibilidade de baixar o conteúdo pelo site, apresenta falta de unidade entre as diferentes plataformas em que está disponível, o que acaba por quebrar a expectativa de uma boa distribuição. Ao ouvir somente por uma das plataformas, não é possível ter ciência da integralidade do produto. Caso os podcasts disponibilizados apresentassem diferentes conteúdos em cada uma das plataformas, seria possível discutir a complementaridade deles, porém, por se tratar do mesmo material, há o efeito reverso.

Os formatos mais utilizados no podcast é o de entrevista e informativo/jornalístico. Na classificação feita por Medeiro (2006) pode ser definido como um podcast de Registro e Educacional, já a respeito da classificação feita por Freire (2013) pode ser definido como um produto de Produção Original.

A respeito da perspectiva de uso, “Podcast Unesp” pode ser enquadrado como construção passiva do conhecimento, uma vez que a participação de alunos nas produções é baixa em relação a totalidade de material. Por abranger o formato

de entrevista/jornalístico na maior parte dos programas, a figura do “especialista” é muito requisitada, o que faz com que o ouvinte/discente não seja autônomo. A modalidade de uso enquadra-se como Suplementar, pois o conteúdo pode ser utilizado como material para se aprofundar em determinado tema ou discussão.

### 3.4 VIDAS UNIVERSITÁRIAS

O termo “podcasts feitos por universitários” na aba de pesquisas do Google apresentou como resultado uma reportagem do site do Jornal da USP (Universidade de São Paulo) onde foi mencionado o podcast “Vidas Universitárias”. O produto foi desenvolvido por um professor do departamento de Física do campus da universidade que fica na cidade de Ribeirão Preto.

Na reportagem é disponibilizado um link que direciona para o canal do podcast na plataforma de vídeo Youtube. Pela descrição presente na plataforma é possível identificar que os objetivos do produto são motivar a entrada de adolescentes no ensino superior levando informações a respeito da vivência universitária, conhecimento a respeito de carreiras, conteúdos e projetos desenvolvidos na universidade e divulgar conhecimento científico.

O produto é disponibilizado no canal do professor na plataforma de vídeo Youtube e, devido às características da plataforma, há um atrito conceitual se “Vidas Universitárias” pode, ou não, ser considerado um podcast. Conceitualmente, para ser considerado um podcast, é necessário que haja a distribuição do conteúdo via feed RSS. Conforme indica Primo (2006), pelo conceito, “Vidas Universitárias” não é considerado o autor

Mas não é somente disponibilizar um arquivo sonoro (Podcast) na Internet por um Podcaster que está caracterizado um Podcasting. Em primeiro lugar, devemos deixar claro que estas três definições, apesar de parecerem iguais talvez pela questão do radical fonético, podem confundir os internautas mais incautos. O Podcast é “o arquivo sonoro”, ou para ser mais adequado, é o programa ou registro sonoro produzido pelo Podcaster e, no caso do programa, não segue necessariamente o modelo de um programa de rádio convencional, sendo considerado uma metáfora (mais adiante, iremos explicar o porquê). Portanto se um internauta produz seu programa, com conteúdo personalizado, escolhido por ele, totalmente desvinculado de padrões radiofônicos e o disponibiliza em um arquivo MP3 na Internet em protocolo RSS com endereço XML para ser baixado por qualquer outro internauta na rede, este internauta é chamado de Podcaster (PRIMO, 2006, p.4).

A disponibilidade exclusiva pelo Youtube compromete outras características fundamentais do podcast como a liberdade geográfica, velocidade de reprodução e

escuta concomitante à realização de outras atividades. Salvo usuários que possuem a assinatura “premium”, não é possível baixar o conteúdo para que a escuta/visualização seja feita em momentos sem conexão, assim como, em dispositivos móveis, não é possível escutar/visualizar em segundo plano, é preciso manter a tela desbloqueada e manter o aplicativo aberto.

O conteúdo é transmitido ao vivo todas às quintas-feiras em horário fixo e, até a finalização desse trabalho, contava com 31 vídeos, com duração média de 80 minutos. Caso enquadrado como podcast, seria definido como um modelo de mesa redonda. Em cada episódio, o professor, produtor de “vidas universitárias”, convida dois alunos para exporem suas experiências com a universidade, escolhas, projetos de extensão etc., e se coloca como mediador, deixando os discentes como protagonistas.

Na classificação feita por Medeiros (2006) “Vidas Universitárias” seria definido como um podcast de Registro. Ainda que a produção não seja feita por discentes, todo o conteúdo é gerado a partir das suas subjetividades e experiências, tendo como público-alvo outros alunos de diferente grau de formação, adolescentes que ainda estão no ensino médio. Diante disso, a perspectiva de uso, proposta por Crepaldi e Ferreira (2022), poderia ser enquadrada como Construção Ativa do Conhecimento e a modalidade de uso como Criativa.

### **3.5 MEMÓRIAS QUEBRADAS**

O podcast em questão foi resultado de pesquisa secundária pelo termo “podcasts feitos por universitário” na aba procura do Google. Inicialmente, a busca apresentou o produto anteriormente analisado em uma reportagem no site do Jornal da USP. Ao explorar outros conteúdos presentes no endereço eletrônico foi possível identificar “Memórias Quebradas”.

O podcast é produzido por dois graduandos do curso de Letras da Universidade de São Paulo, sob iniciativa do Centro de Memória das Lutas Populares Ana Dias e conta com apoio do Programa de Bolsas Unificadas da Universidade. O Centro Memorial é composto por um grupo de ativistas das periferias, incluindo os dois alunos produtores do podcast, e, com o apoio de algumas entidades, busca produzir pesquisas, conteúdos e encontros que resgatem e valorizem as memórias, histórias da vida e luta dos moradores das periferias da

zona sul de São Paulo.

O podcast faz parte de um desses conteúdos produzidos e, alinhado ao propósito do Centro de Memórias, apresenta uma temática histórica onde recria o passado e projeta caminhos para o futuro das periferias. Nos episódios são apresentadas pautas como cultura, direitos humanos, academia, movimentos sociais, escravidão, ditadura etc.

É possível encontrar o conteúdo nas plataformas de áudio Spotify, Deezer e Google Podcast, isso indica que há um feed RSS para distribuição do conteúdo o que, conceitualmente, define “Memórias Quebradas” como mídia podcast. O produto possui uma temporada com dez episódios e, durante o período de vigência da mesma, possuía frequência semanal de publicação e episódios variavam de 24 a 55 minutos.

O formato presente no podcast é o de mesa redonda, Os dois produtores do produto discutem a respeito de acontecimentos históricos, compartilham vivências e contam narrativas por meio da oralidade. Na classificação de Medeiros (2006), pode ser definido como um podcast de Registro. A perspectiva de uso, proposta por Crepaldi e Ferreira (2022) é enquadrada como Construção Ativa de uso de conhecimentos e a modalidade de uso é criativa.

A mídia, principalmente a de massa, se consolidou com um meio homogêneo, com capacidade de agir no imaginário coletivo, que fomenta a criação e manutenção de estereótipos, representações sociais, muitas das vezes, singulares e excludentes (Gomes, 2001). No sentido do exposto, o podcast “Memórias Quebradas”, ainda que em um contexto de mídia de nicho, cumpre a função social de dar voz a um grupo sub-representado pelas mídias. A possibilidade de ter a História contada, e recriada, por outras vozes, que vivenciam a realidade de qual falam, é um meio de democratizar os meios de comunicação e construir um novo imaginário e representação social de determinado grupo e localização.

A comunicação, sob a perspectiva da representação social, é o fenômeno pelo qual uma pessoa influencia ou esclarece outra que, por sua vez, pode fazer o mesmo em relação à primeira. Seus elementos básicos são o emissor, o receptor, a mensagem, o código e o veículo. Atualmente, o estudo científico da comunicação ganhou grande impulso, depois de constatada a extraordinária importância econômica, social, política e ideológica do processo comunicacional (GOMES, 2001, p. 118).

Para além da produção do podcast “Memórias Quebradas”, foi possível identificar, pelo Facebook do Centro de Memórias, que os alunos da Universidade

de São Paulo também atuam em oficinas de produção de podcasts ofertadas à comunidade.

### **3.6 DESCOMPLICAST**

A busca pelo termo “podcasts feitos em universidades” na aba de pesquisas do Google resultou em um site da Universidade Federal da Paraíba que apresentava o “DescompliCast”, podcast que tem como objetivo produzir conteúdo que simplifique e oriente o aprendizado de normas, estruturas e técnicas para a realização e apresentação de trabalhos acadêmicos.

O podcast em questão é uma iniciativa de desdobramento encontrada pelo “Descomplica TCC”, projeto de extensão existente desde 2017, para dar continuidade as suas atividades no início da pandemia de COVID 19 em 2020. Como fruto do projeto de extensão, a elaboração do podcast conta com a participação de docentes, colaboradores e discentes bolsistas e não bolsistas.

O produto está disponível na plataforma de áudio Spotify e no site do projeto de extensão. Por estar presente na plataforma de áudio, o processo de distribuição o caracteriza como uma mídia podcast, porém, pelo site do projeto não há disponibilidade de download do arquivo de áudio e não é possível controlar a velocidade de reprodução. Esses pontos, referentes ao site, retiram as características de mobilidade geográfica e autonomia para escuta que a mídia em questão oferece.

Até dezembro de 2022 “DescompliCast” contava com 17 episódios, com duração entre 25 e 43 minutos e publicações mensais. Dentre a temática maior, que é a descomplicação de trabalhos acadêmicos, o podcast se ramifica em episódios mais técnicos, como a atualização dos normas da ABNT, e mais subjetivos, como a saúde mental e alimentação, pontos que podem interferir no momento de produção de trabalho de conclusão de curso e outros materiais acadêmicos.

O formato do programa é um híbrido entre mesa redonda e entrevista. Nos episódios, uma aluna bolsista juntamente com um ou dois colaboradores do projeto (a presença de colaboradores varia em cada episódio), convida um docente, ou pesquisador, para tratarem a respeito de um elemento que envolve a produção científica.

O caráter adaptativo e de expansão da mídia podcast pode ser observado no

desdobramento feito pelo projeto. Em um momento em que a comunidade acadêmica estava impossibilitada de se reunir fisicamente, foi possível ainda assim disponibilizar o conteúdo em um formato condizente com a realidade e em uma linguagem alinhada ao universo dos alunos e de uma tendência nacional, visto que, de acordo com a pesquisa IBOPE (2020), 57% dos cerca de mil entrevistados, passaram a consumir esse formato de mídia durante o período da pandemia.

De acordo com a classificação feita por Medeiros (2006), “DescompliCast” é enquadrado como um podcast de Registro e Educacional. Na perspectiva de uso, proposta por Crepaldi e Ferreira, é entendido como produção ativa do conhecimento, tendo a sua Modalidade de uso caracterizada como Criativa.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A comunicação e a educação são elementos responsáveis pela construção social, material, cultural e ideológica dos indivíduos. A pesquisa realizada observou como um formato de mídia, presente no campo da comunicação de nicho, pode contribuir e ser aplicado no âmbito da educação em instituições de ensino superior.

Ao longo da pesquisa foi possível identificar que, comparada a outros formatos, a mídia podcast ainda é recente em termos de pesquisa acadêmica e aplicação pedagógica. Entretanto, houve um aumento exponencial desse formato de mídia em função da pandemia de COVID 19 e as transformações relacionadas às interações sociais e de padrão de consumo geradas a partir dela.

Nesse período, os indivíduos ficaram imersos e restritos a conteúdos e interações digitais, seja para entretenimento, estudo ou trabalho. A mídia podcast foi capaz de apresentar recursos para contemplar essas esferas sociais em suas demandas, possibilitando a exploração de formatos e temáticas diversos.

A migração do físico para o digital também impactou a educação e os elementos que compõem esse formato de mídia, como o baixo custo de produção, a descentralização da audiência e o conteúdo sob demanda contribuíram para que fosse adotado por diferentes agentes da comunidade acadêmica.

Pela pesquisa foi possível identificar que as produções realizadas exclusivamente por docentes e técnicos/colaboradores das instituições, possuem um caráter mais técnico, de perspectiva passiva de conhecimento e um uso suplementar, ou seja, em substituição de algum outro formato de mídia. Já a participação de discentes nas produções dos podcasts contribui para uma construção ativa de conhecimentos. Ao se envolverem nas produções, há um estímulo para que desenvolvam conhecimentos não somente em relação ao conteúdo apresentado, mas também habilidades críticas, de letramento midiático e uso de aparatos tecnológicos.

A interatividade estimulada por esse formato e a possibilidade de subversão de consumidores em produtores, contribui para que a aplicação em instituições seja feita de modo criativo e torne a relação aluno/professor mais democrática e colaborativa. Ainda que o aluno não esteja no centro da produção, é possível inferir

que o uso podcast como uma metodologia ativa por parte do docente pode contribuir para o protagonismo do aluno em seu processo de aprendizagem, uma vez que as metodologias ativas estão justamente ligadas às demandas de novas habilidades tecnológicas, comportamentais e que, de certo modo, influenciam nos requisitos necessários para o mercado de trabalho.

O uso do podcasts em um contexto de ensino superior, pode contribuir para a aproximação da educação ao universo digital, da construção da inteligência coletiva e do intercâmbio cultural proporcionado pelo uso da internet. Além disso, é válido considerar que as gerações que estão ingressando no ensino superior são nativos digitais, o uso de uma comunicação e de recursos que estejam alinhadas à realidade cultural e digital desses indivíduos pode contribuir para o engajamento em sala de aula.

O podcast também pode contribuir para a inclusão quando são pautados indivíduos com necessidades específicas relacionadas a visão e dificuldades de locomoção devido a localização geográfica. O podcast pode ser mais democrático ao possibilitar a discussão de diferentes pautas, permitir que grupos sub representados por outras mídias tenham um local de fala e até mesmo ser responsável pela expansão do conhecimento para além dos espaços acadêmicos. Foi possível identificar que a produção de alguns materiais está relacionada a projetos de extensão, logo, a divulgação desses conteúdos pode aproximar as instituições das comunidades locais e fomentar o diálogo com a sociedade como um todo, fortalecendo assim o princípio da indissociabilidade que rege as universidades.

Os meios e formas pelas quais se dão os processos comunicacionais e educacionais são mutáveis, tendo isso, a ideia desse trabalho não foi indicar um meio ideal para a aplicação de mídias em um contexto pedagógico ou de como o corpo docente deve pautar o seu processo de ensino, mas foi uma forma de identificar meios possíveis e lembrar a necessidade de renovar o modo de ensinar e aprender, buscando incorporar técnicas e aparatos condizentes com a realidade material e social.

Considerando que comunicação e educação não são estáticas, espera-se revisões e atualizações a respeito da produção acadêmica acerca da mídia podcast, e seus possíveis desdobramentos de formatos, bem como o reforço da ideia de que é importante educar e formar cidadãos conscientes das responsabilidades que cada

indivíduo tem ao lidar com a comunicação e a propagação de informações, independentemente do formato empregado.

## REFERÊNCIAS

- ABPOD. Podpesquisa 2019. **ABPOD**. Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa-2019/>. Acesso em: 27 out. 2022.
- ABPOD. POdpesquisa 2020-2021. **ABPOD**. Disponível em: [https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-Produtor-2020-2021\\_Abpod-Resultados.pdf](https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultados.pdf). Acesso em: 27 out. 2022.
- ABPOD. Resultado Geral da Podpesquisa 2014. **ABPOD**. Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/10/PodPesquisa-2014.pdf>. Acesso em: 28 out. 2022.
- ANDRELO, R. O rádio a serviço da educação brasileira: uma história de nove décadas. **Revista HISTEDBR**, Campinas, SP, v. 12, n. 47, p. 139–153, 2012.
- CREPALDI, A. A. T. S. C, T.; Ferreira, S. H. D. As possibilidades do uso de podcast no ensino superior: uma breve revisão. **Pesquisa E Debate Em Educação**, v.12, n.2,p. 1–18,.2022
- BARROS, L. M. Comunicação sem anestesia<sup>1</sup>. Intercom: **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**., v. 40, n. 1, p. 159-175, 2017. BRASIL. **Na rede pública, tecnologia atende 24 milhões de alunos**. Ministério da educação. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/component/tags/tag/33994>. Acesso em: 29 nov. 2022.
- BRASIL. **Tecnologias digitais da informação e comunicação no contexto escolar**: possibilidades. Disponível em:

<http://basenacionalcomum.mec.gov.br/implementacao/praticas/caderno-de-praticas/aprofundamentos/193-tecnologias-digitais-da-informacao-e-comunicacao-no-contexto-escolar-possibilidades>. Acesso em: 28 out. 2022.

Bonini, T. (2020). A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo. *Radiofonias – Revista De Estudos Em Mídia Sonora*, 11(1). Recuperado de <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/4315>

BROKE, A. Podcast statistics and data: december 2022. **Buzzsprout**. 2023. Disponível em: <https://www.buzzsprout.com/blog/podcast-statistics>. Acesso em: 02 jan. 2023

CALABRE, L. **A era do rádio**. Editora Schwarcz: Companhia das Letras, 2002. 63p.

CAMPOS, J. F. et al. **Podcasts**: uma ferramenta no ensino. In: Actas do x congresso internacional galego-português de psicopedagogia. Braga: Universidade Do Minho. 2009.

CARTA aberta sobre o pioneirismo no rádio Brasileiro. **Portal do Rádio**. São Paulo, 2021. Disponível em: [https://blog.ufba.br/portaldoradio/files/2021/09/20210204\\_CARTA\\_ABERTA.pdf](https://blog.ufba.br/portaldoradio/files/2021/09/20210204_CARTA_ABERTA.pdf). Acesso em: 13 Nov. 2022.

CARVALHO, J.; PIERANTI, O. Regulação do rádio digital: princípios e desafios. In: MAGNONI, A. F.; CARVALHO, J. M. de. (org.). **O novo rádio**: cenários da radiodifusão na era digital. São Paulo: Ed. Senac, 2010. p.167.

CENTRO ANA DIAS. CMLP Ana Dias. **Instagram**. Disponível em: [www.instagram.com/centroanadias/](http://www.instagram.com/centroanadias/). Acesso em: 29 nov. 2022.

CONTE, E.; HABOWSKI, A. C. H.; RIOS, M. B. As tecnologias na educação. **CIET: EnPED**, 2018. Disponível em: <https://cietenped.ufscar.br/submissao/index.php/2018/article/view/132>. Acesso em: 02 nov. 2022.

DE ALMEIDA, D. A. TIC e educação no Brasil: breve histórico e possibilidades atuais de apropriação. **Pró-discente**, v. 15, n. 2, 2009.

DESCOMPLICAST. Disponível em: <https://descomplicatcc1.wixsite.com/descomplicatccufpb/descomplicast>. Acesso em: 18 dez. 2022.

DOMINGUES, A. T. A interiorização da EAD nas instituições públicas de educação no estado de Mato Grosso do Sul: avanços e perspectivas. **Revista De Educação**, v.7, n.14, p. 91–106, 2019.

DORIGONI, Gilza Maria Leite; SILVA, JC da. Mídia e Educação: o uso das novas tecnologias no espaço escolar. Santa Catarina: **UNIOESTE**, p. 2-3, 2008.

FANUCCHI, M. 80 anos de rádio. revista USP, n.56, 2003.

Ferraretto, L. A. Conceitos de rádio: múltiplos olhares ressignificando e atualizando definições. Radiofonias. **Revista De Estudos em Mídia Sonora**, v.12, n.2, p.10-29. 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br/radiofonias/article/view/5020>. Acesso em: 16 set. 2022.

FERRARETTO, L. A. Que tempos! Negacionismo até no “aniversário” do rádio. **Extra Classe**. Disponível em: <https://www.extraclasse.org.br/opiniaio/2022/08/que-tempos-negacionismo-ate-no-aniversario-do-radio/>. Acesso em: 29 nov. 2022.

Ferraretto, L. A. **Rádio, o veículo, a história e a técnica**. Editora Sagra Luzzatto, 2001.

FIDLER, Roger. **Mediamorfosis**: comprender los nuevos medios. Buenos Aires: Granica, 1998.

FINGER, C.; DE SOUZA, F. C. Uma nova forma de ver TV no sofá ou em qualquer lugar. **Revista FAMECOS**, v. 19, n. 2, p. 373–389, 2012. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/index.php/revistafamecos/article/view/12320>. Acesso em: 20 dez. 2022.

FRANCO, C. **As possibilidades do podcast como ferramenta midiática na educação**. 2008. Dissertação (Mestrado em educação, arte e história da cultura) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2008.

FREIRE, E. P. A. Construção de uma estratégia de classificação para podcasts na educação. **Revista Inter Ação**, Goiânia, v. 38, n. 3, p. 711–730, 2013. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/interacao/article/view/20810>. Acesso em: 28 nov. 2022.

FREIRE, Paulo. **A Educação na Cidade**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2001a.

FUNDAÇÃO EDSON QUEIROZ. De orelha em pé: conheça os podcasts da universidade de Fortaleza. **UNIFOR**. Disponível em: De orelha em pé: conheça os podcasts da Universidade de Fortaleza (unifor.br). Acesso em: 02 nov. 2022.

GLOBO. Podcasts e a crescente presença entre os brasileiros. **Gente**, 2021. Disponível em: <https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>. Acesso em: 28 out. 2022.

GOMES, M. A. S. O papel da mídia na difusão das representações sociais. **Comum (FACHA)**, v. 6, p. 111-125, 2001.

JENKINS, H. **Cultura da Convergência**. 2 ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999 264 p

LOPES, L. **Podcast**: guia básico. Nova Iguaçu: Marsupial, 2015.

LOPES, L. Alô técnica! #61 – digital minds: o primeiro podcast do brasil. **Radiofobia**, 2017. Disponível em: <https://radiofobia.com.br/podcast/2017/12/alo-tenica-61-digital-minds-o-primeiro-podcast-do-brasil/>. Acesso em: 03 nov. 2022.

LUIZ, L. et al. O podcast no Brasil e no mundo: democracia, comunicação e tecnologia. **IV Simpósio Nacional ABCiber. Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro**, 2010.

MARCHIORI, B. Podcast traz história de vida de universitários e incentiva ingresso no ensino superior. **Jornal da USP**. 2022. Disponível em : <https://jornal.usp.br/universidade/podcast-traz-historias-de-vida-de-universitarios-e-incentiva-ingresso-no-ensino-superior/>. Acesso em: 02 nov. 2022.

MARTINS, N. P. M. **Webradio**: novos gêneros, novas formas de interação. 2008. 395p. Tese (doutorado linguística aplicada) – Faculdade de Letras, Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2008.

MAZZEI, A. Alunos da USP resgatam memórias da periferia de São Paulo em novo podcast. **Jornal da USP**. 2022. Disponível em: <https://jornal.usp.br/universidade/alunos-da-usp-resgatam-memorias-da-periferia-de-sao-paulo-em-novo-podcast/>. Acesso em: 03 nov. 2022.

MEDEIROS, M. S. **Podcasting**: um antípoda radiofônico. *In XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Universidade Brasília, 2006.

MEDEIROS, P. H. R.; GUIMARÃES, T. A. **A relação entre governo eletrônico e governança eletrônica no governo federal brasileiro**. *Cad. EBAPE.BR*, Rio de Janeiro , v. 3, n. 4, p. 01-18, Dec. 2005.

LOBO, M.; SANDER, A.. GOMES, M. L. C. O uso das TICs como ferramenta de ensino-aprendizagem no Ensino Superior. **Caderno de Geografia** , v. 25, n. 44, p.16-26, 2015.

MORAN, J.; MASETTO, M.; BEHRENS, M. **Novas tecnologias e mediação pedagógica**. São Paulo: Papirus, 2000.

MOREIRA, S. V. A legislação dos meios eletrônicos (TV e rádio) nos Estados Unidos e no Brasil. **Comunicação & Sociedade** , v. 13, p. 27-49, 1995.

NEVES, L. Quem inventou o rádio? **UEG**. Disponível em: [http://www.ueg.br/noticia/7211\\_quem\\_inventou\\_o\\_radio](http://www.ueg.br/noticia/7211_quem_inventou_o_radio). Acesso em: 03 jan. 2023.

OLIVEIRA, S. A.; CARDOSO, E. L.. Novas perspectivas no ensino da língua Inglesa: blogues e podcasts. **Educ. Form. Tecnol.**, Monte da Caparica , v. 02, n. 01, p. 87-101, 2009 . Disponível em [http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1646-933X2009000100008&lng=pt&nrm=iso](http://educa.fcc.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-933X2009000100008&lng=pt&nrm=iso). Acesso em: 03 dez. 2022.

PARAÍBA. Descomplica TCC. **UFPB**. Disponível em: <http://www.prac.ufpb.br/prac/contents/noticias/prac-1/descomplica-tcc>. Acesso em: 18 dez. 2022.

PARAÍBA. Podcast de projeto na UFPB atinge marca de 14 episódios. **UFRPB**. Disponível em: <https://www.ufpb.br/ufpb/contents/noticias/podcast-de-projeto-na-ufpb-atinge-marca-de-14-episodios>. Acesso em: 18 dez. 2022.

PEREIRA, D. M.; SILVA, G. S. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) como aliadas para o desenvolvimento. **Cadernos De Ciências Sociais Aplicadas**, v.7, n.8, 2020.

PRANDI, L. R. Tendências do processo didático-pedagógico no ensino superior na contemporaneidade. *Akrópolis Umuarama*, v. 17, n. 3, p. 137-142, 2009.

PRETTO, N. L.. **Políticas públicas educacionais**: dos materiais didáticos aos multimídias. *In Reunião anual da ANPEd 22*, 1999.

PRIMO, A. F. T. Para além Da emissão Sonora: As interações No Podcasting. *Intexto*, n. 13, p. 64-87. 2005.

RÁDIO CORDEL. **Sobre a rádio cordel**. 2022. Disponível em: <https://cordelradio.wixsite.com/website/quem-somos>. Acesso: 18 jan. 2022.

TIGRE; R. **Podcast S/A**: uma revolução em alto e bom som. São Paulo: Editora Nacional, 2021.

VANASSI, G. C. **Podcasting como processo midiático interativo**. Monografia. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2007.