









No que tange à transcrição, pode-se afirmar que as perdas em comparação à reprodução da gravação em áudio – detentora plena do registro vocal<sup>2</sup> - podem ser diminuídas por meio do uso de normas. Para isso, são inseridos códigos exprimindo ações como prolongamento de vogais e consoantes, tamanho de pausa, superposição de vozes, ênfase de entonação, dentre outras (Prete, 1997; Schnack, Pisoni e Ostermann, 2005).

Considerando o foco elencado, o *podcast* será, portanto, aqui considerado como um modo de produção/disseminação livre de programas focado na reprodução de oralidade e/ou de músicas/sons, distribuídos sob demanda. Por esse prisma, o rádio também pode ser definido a partir de seu modo de uso. Dessa forma, essa tecnologia será aqui designada como modo de produção/disseminação de conteúdos focado na reprodução de oralidade e/ou de músicas/sons, distribuídos para acesso instantâneo ao longo do dia em horários pré-definidos.

### **3. Rádio e *podcast*: um breve olhar acerca da literatura**

A definição das tecnologias da oralidade alicerçada em uma consideração conceitual pode provocar questionamentos subsequentes. Se tanto rádio quanto *podcast* são tecnologias reprodutoras de oralidade e/ou música/som, como afirmar que *podcast* não é rádio e que rádio não é *podcast*?

Inicialmente, é importante ressaltar a existência de similaridades entre rádio e *podcast*:

Sendo também um formato sonoro, o *podcast* preserva várias características do rádio: necessidade de mensagem de fácil compreensão; predomínio da linguagem coloquial; sensação de proximidade [segundo Baumworcel (2002), o som “humaniza” o computador, que passa a falar]<sup>3</sup>; unissensorialidade; necessidade de redundância; possibilidade de exploração

criativa de vozes, músicas e efeitos, bem como humor e dramatizações; agilidade e baixo custo de produção; e invisibilidade”<sup>4</sup> (Paula, 2010, p. 45).

Tal qual cinema e TV – audiovisuais – e jornais, revistas e livros – impressos –, as tecnologias da oralidade possuem fatores comuns que, assim como no caso das tecnologias supracitadas, não as torna iguais, tampouco categorias de um mesmo fazer.

A análise dos fatores a marcar rádio e *podcast* como tecnologias distintas cabe dar-se, em um primeiro momento, por meio de uma remissão à literatura da área, a partir de estudos que tratem desse campo.

Apesar de alguns trabalhos apontarem o *podcast* como uma modalidade de programa radiofônico (Herschmann, 2007; Barros e Menta, 2006; Moura e Carvalho, 2006; entre outros), o caráter distinto das duas tecnologias é comumente relatado por autores que estudam a área (Primo, 2005; Medeiros, 2006; Bottentuit Júnior e Coutinho, 2007; Paula, 2010; entre outros). Assim, é possível afirmar que, segundo a literatura da área, as diferenças entre rádio e *podcast* referem-se aos seguintes fatores:

- O rádio trabalha com radiodifusão, em tempo real, enquanto que o *podcast* distribui conteúdo sob demanda, para escuta em tempos e locais diversos com possibilidades infindáveis de repetição da audição do conteúdo, além de maior alcance geográfico pela disseminação via internet (Bottentuit Júnior e Coutinho, 2007).
- O rádio possui um fluxo de programação inexistente no *podcast*, que se pauta pela publicação de episódios (Medeiros, 2006), de veiculação geralmente mais espaçada.
- O *podcast* possui maior facilidade de produção e distribuição, por necessitar de equipamentos mais baratos (em tese, basta um computador ou dispositivo de gravação de áudio digital, microfone e acesso à internet)<sup>5</sup>. Além disso, poder ser distribuído diretamente ao ouvinte, sem intermediários. Em virtude desses fatores, é possível de ser produzido até mesmo por uma única pessoa

(Primo, 2005), proporcionando maior poder de emissão aos usuários (Medeiros, 2006).

- No que se refere especificamente à escuta, a audição de *podcasts* demanda equipamentos mais caros que um aparelho de rádio. Porém, "a disseminação dos dispositivos tocadores de MP3 (*MP3 players*), presentes também em [...] celulares cada vez mais acessíveis à população" (Paula, 2010, p. 44) vem tornando possível o uso de *podcasts* por um número crescente de usuários, das mais diversas faixas de renda.
- Enquanto que com o rádio o contato entre produtores e ouvintes possui menores possibilidades técnicas (em geral realiza-se por telefone ou e-mail<sup>6</sup>), o *podcast*, contando geralmente com uma página ou *blog* associado, possui ferramentas mais elaboradas para contato entre todos, a partir de sistemas de comentários e fóruns on-line. (Primo, 2005).

O que será aqui desenvolvido como contribuição para a literatura exposta relaciona-se à percepção de que tais diferenças não são importantes apenas por promover uma relação de produção ou acesso distinta. A grande relevância de tais distinções advém das mudanças provocadas pelos potenciais expressivos do *podcast*, marcando, assim, a partir de maiores possibilidades de amplitude temática e posicionamentos plurais - a serem explicitados posteriormente neste artigo - o aspecto fundamental de distinção educativa do *podcast* em relação ao rádio.

#### **4. Tecnologias da oralidade na educação: diferenças entre rádio e *podcast***

Considerando a definição conceitual de rádio já exposta, um fator preponderante a caracterizar o teor distinto justificante de uma separação entre *podcast* e rádio como tecnologias diferentes – embora relacionadas – está na forma de distribuição de ambas: enquanto o *podcast* trabalha com programas singulares em episódios para acesso sob demanda, de acordo com os horários e locais escolhidos por seu público, o

rádio produz conteúdos para escuta instantânea em horários pré-definidos ao longo do dia.

Tem-se, assim, uma lógica de disseminação que se aplica também às rádios on-line, tecnologia de transmissão de conteúdos de oralidade/música em tempo real via internet, utilizada por emissoras de rádio tradicional para replicar sua programação na rede mundial de computadores através de rádio web<sup>7</sup>, por sites dedicados a canais musicais e, também, por indivíduos interessados em transmitir material exclusivo via rede (Bufarah, 2003). O conteúdo das rádios on-line pode “ser escutado inclusive em celulares e televisões conectadas a uma antena parabólica”<sup>8</sup> (Primo, 2005, p. 2).

Diante disso, considerando a transmissão em tempo real e a consequente demanda por um fluxo de programação, as características de rádios on-line aproximam-se daquelas da radiodifusão nas modalidades a serem analisadas neste artigo.

O rádio marca-se pela necessidade de transmitir-se um volume maior de conteúdos, a fim de cumprir a usual demanda por programas que devem possuir duração e quantidade suficientes para preencher toda a programação diária. Estabelece-se, desse modo, um cenário que acaba contribuindo para o cerceamento, em grande medida, das possibilidades dos programas radiofônicos fugirem ao usual<sup>9</sup>. Isso tende a ocorrer devido a maior demanda produtiva ampliar ainda mais as necessidades de investimento - pelo maior dispêndio de tempo - na produção em rádio em detrimento do *podcast*, já marcado por menores necessidades financeiras devido ao já citado custo inferior de seus equipamentos. Isso ocorre porque:

“Para a produção de um *podcast* basta ao produtor possuir um computador de capacidade média, fone de ouvido ou caixas de som no seu PC, um microfone (de preço bastante reduzido em modelos mais simples, girando em torno de R\$ 10), um programa de gravação e edição de áudio, como o *Audacity* e uma conexão com a internet de velocidade média” (Freire, 2010, p. 162-163).



Tal fenômeno de cerceamento de possibilidades expressivas em vista de uma grande necessidade de investimentos reverbera na rádio comercial por essa, em geral, depender financeiramente de patrocinadores, o que acaba atribuindo ao cerne desse modo de produção uma propensão dos produtores em não ir de encontro aos valores das empresas que veiculam publicidade na emissora, tornando improváveis, desse modo, manifestações em falas que poderiam ser contrárias aos interesses dos responsáveis pelos patrocínios<sup>10</sup>. Como características limitantes das possibilidades de pluralidade de abordagens do rádio, soma-se, ainda, a usual vinculação a instituições ou empresas – cujos programas radiofônicos são produzidos por funcionários diversos, mas, ainda, sujeitos todos, obviamente, à regulação de seus patrões.

Esses fatores acabam tendo implicações claras na distinção dos aspectos gerais das produções em *podcast* em relação às radiofônicas, como será exposto na observação do cenário atual do *podcast* brasileiro, a qual será realizada posteriormente neste artigo. Dessa forma, tais diferenças a apontar que “o modo de produção (...), no *podcasting*<sup>11</sup> é descentralizado e, no rádio é centralizado e institucionalizado” (Medeiros, 2006, p. 9) acabam sustentando a diferenciação educativa entre aquelas duas tecnologias pelas consequências de suas disparidades técnicas na utilização humana de ambas.

Menores potenciais de liberdade de ação estão presentes mesmo na rádio comunitária, caracterizada por um custo de produção significativamente menos elevado que o da rádio comercial e entendida como uma modalidade radiofônica baseada “em princípios públicos, tais como não ter fins lucrativos, propiciar a participação ativa da população, ter propriedade coletiva e difundir conteúdo com a finalidade de educação, cultura e ampliação da cidadania” (Peruzzo, 2006).

A potencial menor liberdade de ação da rádio comunitária frente ao *podcast* relaciona-se, dentre outros fatores, também à situação de dependência daquela em relação à concessão pública e regulação a partir de um código legal específico<sup>12</sup>. Em contrapartida, o *podcast* possui uma regulação menos moderada, passível de implementação instantânea e exercício sem necessidade de atendimento a um código específico.

É necessário esclarecer que não se pretende afirmar aqui que as normas legais não se aplicam ao *podcast* por esse fazer parte da *web*. Tal concepção de distinção legal entre ambientes físicos e on-line seria equivocada se considerado que

“Não há razão em pensar nas redes de dados e voz, em especial a internet, como “outro mundo” ou algo dissociado do mundo físico. O mundo é um: o nosso mundo. Regido pela cronologia, pelas leis da física e biologia.

Não existe *persona*<sup>13</sup> sem pessoa assim como não há *nickname*<sup>14</sup> desvinculado do Sujeito nominável. O *avatar*<sup>15</sup> utilizado na internet reflete o Sujeito moldado pelo mundo físico. Se é distinto do Sujeito que o usa, o é não por ser aquele homem alguém diferente por trás do avatar, mas por esse artifício, possível pela tecnologia, tornar possível a ele, pelas possibilidades de anonimato ou de contato parcial a atenuar a percepção da reação alheia, exercer potencialidades reprimidas em outros contextos por razões diversas (...). Crimes no “mundo virtual” são crimes passíveis a conseqüências e punições no “mundo real”, o “mundo virtual” é usado cada vez mais como meio de lucro financeiro a ser usufruído no “mundo real”, bem como relações inter-pessoais iniciam-se no “mundo virtual” e, ao longo do tempo, acabam sendo exercidas no “mundo real”, ou intercalando-se entre os “dois mundos”” (Freire, 2010, p. 63).

Apesar de não estar alheio às leis, o *podcast* apresenta uma significativa redução do grau de veiculação às normas legais. O que ocorre por seu exercício não estar sujeito a um código específico – como nas emissoras de radiodifusão –, mas às leis que regulam as condutas sociais em um âmbito geral. Essa situação acaba proporcionando um cenário usualmente mais cômodo para ousar, fugir da linguagem e dos “valores

médios” em favor de conteúdos mais originais, ampliando-se, desse modo, as possibilidades educativas.

Fez-se referência a uma liberdade de ação que é potencializada também pela “liberação do polo de emissão” (Lemos, 2005) do *podcast*, propiciando aos seus produtores menor regulação social por sua natureza descentralizada, desvinculada de instituições, sejam empresas ou Organizações Não Governamentais, o que pode ocorrer também na produção em rádios on-line desvinculadas de rádios tradicionais. Todavia, diante da necessidade de contextualização temporal do ouvinte aos horários dos programas, além das demandas próprias de transmissões em tempo real – a serem expostas na reflexão sobre o modo de produção em rádios comunitárias -, tais rádios on-line acabam constituindo um cenário menos estimulante à elaboração de conteúdos originais, se posta em perspectiva com o *podcast*.

Em comparação com as rádios comunitárias, em exercício a partir de registros burocráticos que detêm os dados pessoais dos produtores, o *podcast* propicia a quem o produz menos exposição, um parcial grau de anonimato<sup>16</sup> e conseqüente maior propensão a fugir do “politicamente correto”<sup>17</sup> - não em sua acepção de respeito à pluralidade de pensamento e aos valores próprios de cada indivíduo ou grupo, mas na utilização como pretensa razão para tentar-se avalizar a supressão de opiniões potencialmente polêmicas em favor do estabelecimento de uma atmosfera consensual, necessariamente em torno de posições socialmente hegemônicas. É feita aqui referência a um tipo de consenso empobrecedor (Andrade, 2010) que, por relacionar-se mais às aparências que a efetividades, acaba como limitante aos avanços educativos.

Reproduzindo o modo de veiculação da rádio comercial - transmitindo em tempo real em horários pré-programados ao longo do dia -, a rádio comunitária também demanda, ainda que em uma relação menos desproporcional do que na rádio comercial, maiores investimentos financeiros e produtivos se comparado ao *podcast*. Essa é uma afirmativa que se sustenta em vista da elaboração por episódios, típica do *podcast*, tornar este comumente detentor de uma veiculação de conteúdos mais espaçada ante as modalidades radiofônicas aqui expostas. Em vista disso, ganha força o entendimento de que “o *Podcasting*, como forma de distribuição de arquivos

sonoros, se distancia totalmente da idéia de *Broadcasting*<sup>18</sup> (Medeiros, 2006, p. 8). Restringe-se, dessa forma, a possibilidade de exercício de valores e pensamentos pela necessidade de acordos entre um maior número de produtores, propiciando a exclusão de, por exemplo, conteúdos que sejam significativamente conflitantes com os valores de todos os responsáveis por viabilizar produtiva e financeiramente o exercício de uma rádio comunitária<sup>19</sup>. Por consequência, não é difícil observar ser significativamente menos provável a veiculação em rádios comunitárias brasileiras de conteúdos, por exemplo, de cunho ateuista ou homossexual, temas debatidos em *podcasts* nacionais<sup>20</sup>.

Ainda nessa perspectiva, é necessário considerar a maior inclinação da rádio comunitária em atender a mais ouvintes, o que, por consequência, propicia posturas mais generalistas.

Isso ocorre em razão da abordagem de temas da rádio comunitária usualmente circunscrever-se a valores que se supõem serem mais ou menos consensuais na comunidade a qual se destina, seja em relação a posicionamentos sobre os mais diversos temas, seja na determinação de assuntos de interesse, podendo restar pouco ou nenhum espaço para grupos que destoam do que se supõe o “todo” da comunidade. Ainda que a legislação determine que “as programações opinativa e informativa observarão os princípios da pluralidade de opinião” (Brasil, 1998), não há como ignorar o exercício de práticas de privilégio aos valores majoritários em grupos sociais (Althusser, 1985)<sup>21</sup>. Em vista disso, a rádio comunitária tende a perder em especificidade se posta em perspectiva com o *podcast*, marcado pela ramificação dos mais diversos grupos – independente de quão minoritários sejam –, fator propiciado pela produção facilitada em razão da menor demanda técnica, produtiva e ao exercício livre de regulação burocrática. A referida ramificação temática do *podcast*, ao reverberar falas antes suprimidas, age em favor de um cenário educativamente mais rico, marcado não pela prevalência dos hegemônicos, mas pela pluralidade de vozes.

Pode-se dizer, assim, que, enquanto a rádio comunitária representa um veículo segmentado diante da rádio comercial, o *podcast* representa uma segmentação diante da rádio comunitária. Afirmção que se apoia também na suposição de que uma rádio, mesmo comunitária, dificilmente será mantida no ar se não for capaz de captar uma

audiência minimamente significativa em termos quantitativos. Enquanto isso, um *podcast*, dadas suas menores demandas e maior especificidade de conteúdo frente ao rádio, pode justificar a sua existência pela capacidade de interessar a potenciais usuários mesmo que estejam em pequeno número, o que é possível de ocorrer ao longo de um período de tempo que pode ser muito alargado. Esta perenidade do *podcast* permite, inclusive, que permaneça on-line mesmo após não ser mais produzido<sup>22</sup>. Assim, além da produção, o acesso a conteúdos, abordagens e ideias diversas tende a ser mais acentuado no *podcast* que na rádio comunitária e, conseqüentemente, na rádio comercial. Os fatores citados tornam-se ainda mais acentuados no *podcast* se considerada a progressiva redução de preços dos equipamentos de informática – após queda de 7,5% em 2009 (IBGE 2010), no ano de 2010 houve um decréscimo de 12,9% no preço de microcomputadores (IBGE, 2011) –, estimulando o constante crescimento do número de computadores entre a população. Segundo números do Comitê Gestor da Internet Brasileira (2011), o número de domicílios com computador no Brasil cresceu 17% em 2008, 29% em 2009 e, em 2010, 8%. De modo semelhante, o acesso a internet em domicílios urbanos cresceu 21% em 2007, 18% em 2008, 35% em 2009 e, em 2010, 15%. (CGIBR, 2011). Em razão disso, a possibilidade de inserção ao cenário de *podcasts* torna-se cada vez mais ampliada mesmo aos grupos de menor poder aquisitivo, como a classe C, que, em 2010, correspondeu a 53% dos usuários de internet no país (ibidem).

É necessário esclarecer que os fatores expostos não depõem em favor da substituição de uma tecnologia pela outra, ou mesmo uma valoração de superioridade em tal relação. As análises e comparações exprimidas pautam-se pelo esclarecimento de características do *podcast* propensas a atender um campo distinto da rádio comunitária, bem como da rádio comercial, por meio de acréscimo nas áreas citadas e através dos modos específicos relatados. Não aparenta ser sensato julgar, diante do advento do *podcast*, qualquer tipo de obsolescência ou inadequação das rádios comunitárias ou comerciais, veículos de relevantes e particulares potencialidades, advindas de suas características e de seus papéis sociais próprios.

## 5. A pluralidade temática do *podcast* no Brasil

As características do *podcast* propiciam a abordagem tanto de temas usualmente tratados em diversas tecnologias, inclusive replicando conteúdos de mídia tradicional<sup>23</sup>, como outros que, por restrições de público, costumam ser pouco ou nada abordados na rádio comercial, mesmo em rádios comunitárias. Desse aspecto advém sua relevância educativa: colabora não com um ou outro posicionamento – seja da opinião do indivíduo, da instituição ou da empresa – mas provê espaço para a pluralidade.

Na podosfera<sup>24</sup> brasileira encontram-se, além de *podcasts* comerciais como o do Banco do Brasil<sup>25</sup> e da cooperativa médica Amil<sup>26</sup>, programas como o *nerdcast*<sup>27</sup>, com temas relacionados, dentre outros, à História, Literatura, Ciências e quadrinhos<sup>28</sup>. RPGs<sup>29</sup> são o assunto do “rolando 20<sup>30</sup>” e *softwares* livres são o tema discutido no “*opencast*<sup>31</sup>”, enquanto o “*guileite*<sup>32</sup>” fala sobre tecnologias da *Apple*<sup>33</sup> e o “*decodificando*” sobre tecnologia na biologia e informática<sup>34</sup>. O “*papo de gordo*”<sup>35</sup>, discutindo questões de obesidade e “*dentro do armário*”<sup>36</sup>, que fala sobre homossexualidade, são apenas mais alguns exemplos que ilustram a diversidade típica do exercício da tecnologia *podcast*.

Como outra manifestação dos fatores de distinção educativa entre rádio e *podcast* apresenta-se a utilização, por grande parte dos maiores *podcasts* do país<sup>37</sup>, desvinculados de instituições ou empresas, de falas marcadas por um tom mais coloquial, gírias específicas<sup>38</sup> e até uso de palavrões, pouco comuns ou ausentes em produções radiofônicas. Essas singularidades são positivas não por um pretenso entendimento de que programas que veiculem palavrões ou gírias sejam melhores que outros que não o façam, ou mesmo que produções relativas a contextos escolares devem utilizar indiscriminadamente esses modos de expressão. Na verdade, é possível dizer que produções não são melhores, tampouco piores em razão do uso de palavrões. É aqui exposta como positiva a veiculação de tal prática, encontrada em *podcasts*, por ela abarcar de modo mais amplo a diversidade de valores, fundamental a uma leitura de mundo que considere a diversidade desse (Freire, 1971). Desse modo, tão nocivo educativamente quanto haver exclusivamente a expressão de linguagens com o uso de gírias e/ou palavrões seria não haver o contraditório a isso: a utilização

de modos de fala que não façam uso de tais construções. Nesse sentido, a ampliação de formas de expressão potencializa as possibilidades de contextualização da linguagem utilizada a cada cenário educativo, dentro ou fora de contextos escolares.

## **6. Imbricação de tecnologias de oralidade: distinções entre gravação e *download***

Embora seja possível gravar, para posterior acesso, o conteúdo transmitido diretamente pelo rádio, isso não o equipara ao *podcast* enquanto ferramenta de distribuição sob demanda. Nesse âmbito, cabe afirmar que gravar ou dispor de gravações de um conteúdo originalmente transmitido em tempo real não equivale a acessar algo produzido nativamente pela lógica do “sob demanda”. Em vista disso, gravação de rádio e *download* de *podcast* não são equivalentes, afirmativa que será esclarecida a seguir.

Como já analisado, a forma de distribuição influencia o modo de produção de um programa a ser disseminado. Assim, “baixar” diferencia-se de “gravar” por este último configurar-se como um uso segundo, utilização posterior de uma produção tecnológica elaborada para ser distribuído diretamente em tempo real. Como ramificação disso, pode-se afirmar que *podcasts* apresentam distinções para com o rádio não simplesmente por seguirem a lógica do “sob demanda”, ou mesmo por possuírem técnica facilitada de produção, mas, sim, pelas repercussões típicas advindas desses fatores marcarem distinções de amplitude temática e de posicionamentos entre os conteúdos do *podcast* e radiofônicos. Distinções, essas, expostas previamente neste artigo.

Da mesma forma que a distribuição sob demanda de conteúdos do rádio (como, por exemplo, compilações de programas humorísticos radiofônicos em CD) é utilizada como um uso segundo de materiais elaborados para transmissão direta, a distribuição em *podcast* de programas originalmente transmitidos em *broadcast* por rádio é, recorrentemente, utilizada como expediente alternativo para veiculação desses conteúdos. Exemplos disso são o “*Podcast* CBN”<sup>39</sup> e “*Podcasting* Rádio Bandeirantes”<sup>40</sup>. Apesar da “transformação” em *podcast*, o conteúdo desses

programas radiofônicos permanece rigorosamente o mesmo, colaborando com a tese de que materiais relacionados a uma tecnologia veiculados em outro aparelho não se transformam em uma tecnologia distinta, mas apenas na mesma tecnologia utilizando outro objeto. Dessa maneira, apesar de imbricarem-se, persiste a distinção entre rádio e *podcast* em sua visão conceitual.

## 7. Por que separar *podcast* e rádio para a educação?

Como visto ao longo deste artigo, as diferenciações mais relevantes ao âmbito educativo entre *podcast* e rádio relacionam-se às demandas de produção/acesso e ao caráter de contextualização temporal no embate entre “*broadcast*” e “sob demanda”. Enquanto o acesso a produções em rádio é mais barato do que em *podcasts* – apesar do já relatado crescimento da inserção de equipamentos de informática -, a realização destes costuma ser menos dispendiosa financeira e produtivamente. O *podcast* propicia, ainda, escuta contextualizada ao tempo do ouvinte, enquanto o rádio demanda a presença daquele em um horário pré-estabelecido para a audição. Desse modo, não há como aplicar um conjunto similar de critérios para a aplicação de rádio e de *podcast* em contexto educativo.

Entendendo as distinções entre ambas as tecnologias, a partir de subsídios expostos neste artigo é possível adequar o uso da tecnologia educacional às demandas típicas de cada contexto.

Em contextos não escolares, será importante levar em conta o quesito mercantil em usos e reflexões acerca da rádio comercial, bem como considerar a influência das demandas produtivas distintas da rádio comunitária diante das especificidades do *podcast*, tecnologia que contempla produções pessoais e comerciais. Essas diferenciações acabam resultando na típica distribuição temática e de posicionamentos em distintos níveis de pluralidade entre rádios e *podcasts*, estes portadores de maior diversidade em seu todo.

Em contextos escolares, por sua vez, será necessário responder a algumas questões para a escolha de uso entre *podcast*, rádio, ou mesmo uma articulação entre ambos a fins de progressos educativos. O que o público dispõe? Dispositivos tocadores de áudio



digital (computador, celular com funções de MP3, tocadores de MP3/MP4) e acesso à internet e/ou aparelhos de rádio? A escola não possui estúdio, mas pretende que os alunos realizem produções, tornando mais viável o uso de *podcasts* “graças ao baixo custo dos equipamentos necessários e à simplicidade dos processos de gravação, edição e publicação na web” (Paula, 2010, p. 46)? Em caso de disposição de estúdio de rádio em instituições escolares, será mais interessante concentrar o programa em horários fixos para recepção organizada<sup>41</sup> na própria escola, ou o melhor será dispor aos alunos a possibilidade de escutarem fora da escola em outros horários? O que se adequa mais às capacidades produtivas dos envolvidos: a produção diária de uma rádio ou de teor mais espaçado de um *podcast*?

As respostas a tais questões marcarão de forma significativa as possibilidades de ampliação educativa, em cada contexto específico, no uso das tecnologias de oralidade analisadas. Por consequência, a não observação clara de suas diferenças poderá acarretar um decréscimo das possibilidades de progressos para os usos daquelas. Como expediente de superação desse cenário, a utilização das concepções aqui apresentadas colabora na percepção de que rádio e *podcasts* são tecnologias distintas e, portanto, de potenciais educativos particulares.

## 8. Conclusões e Considerações Finais

Pelos dados apresentados, observações realizadas e reflexões expostas pode-se conceber que, a partir de um viés educativo, rádio e *podcast* são tecnologias diferentes não por suas distinções técnicas, mas pelo que essas causam em seus potenciais educativos. Apresenta-se, desse modo, uma conclusão que se deu, neste artigo, a partir de uma análise crítica da bibliografia da área articulada com uma concepção própria de tecnologia aqui delineada, a qual considerou rádio e *podcast* em vista de seus modos de uso, considerando secundariamente aspectos técnicos. Nessa perspectiva, observou-se que quatro fatores marcam a distinção das tecnologias em análise: o custo de produção, o aspecto temporal de acesso, o teor de regulação burocrática e o grau de perenidade do conteúdo produzido.

No concernente a seus aspectos produtivos, a maior facilidade para a elaboração técnica por poucas pessoas, ou mesmo por um indivíduo, torna o *podcast* menos propenso à adoção de posturas generalizantes. Seu custo de equipamentos é diminuto, sendo necessários para sua realização não mais que um computador de configuração simples e acesso a internet. Somando-se a isso, o modo de produção e veiculação sob demanda promove o fim da necessidade de compartilhamento do mesmo recorte temporal entre produtor e ouvinte, promovendo relação inversa ao *broadcasting*. Este último tende a diminuir a especificidade temática do rádio por, diante da necessidade de um fluxo de programação, demandar mais produtores e, assim, mais acordos, mesmo em rádios comunitárias ou on-line, além de maiores demandas financeiras. O usual maior espaçamento temporal entre as produções episódicas do *podcast* configura uma redução da demanda produtiva e, conseqüentemente, menor necessidade, entre produtores, de acordos, propícios à exclusão de opiniões periféricas dissonantes. Tal diminuição de necessidades produtivas acaba por propiciar uma maior inclinação à pluralidade temática e expressão larga de posicionamentos: cenário rico para avanços educativos.

No rádio, a sujeição à regulação burocrática, além de dificultar sua implementação, acaba impondo uma exposição nominada que tende a desencorajar o exercício de temas e posicionamentos que se supõem polêmicos, limitando, assim, o debate plural, fundamental à educação. Tal perspectiva é observada na prática, contrapondo-se a variedade temática de *podcasts* nacionais ao menor conjunto temático das rádios em suas diversas modalidades. A comparação exposta desvela um desequilíbrio que se exerce de modo ainda mais agudo em rádios comerciais, pautadas por escolhas direcionadas prioritariamente ao atendimento dos interesses mercantis de patrocinadores.

No que se refere ao quesito de longevidade do aproveitamento educativo dos conteúdos produzidos, o *podcast* marca seu aspecto perene ante a fugacidade própria do rádio. Dessa forma, tende-se a ter naquela tecnologia um maior teor de independência temporal, justificando investimentos produtivos em realizações que atinjam mesmo a menores públicos – perspectiva pouco aplicável ao rádio, para o qual a restrição a uma pequena audiência inviabiliza sua realização.

Esses fatores acabam por proporcionar ao *podcast* sua natureza distinta, como perceptível na observação de seus programas. Em vista disso, justifica-se sua separação para com o rádio. É possível afirmar, portanto, que, através de uma definição a considerar hegemonicamente seu uso educativo, o *podcast*, apesar de possuir similaridades, não consiste de uma categoria radiofônica, mas de uma tecnologia particular, distinta do rádio.

## 9. Referências bibliográficas:

ABCID - Associação Brasileira de Centros de Inclusão Digital (2010). Nova Classe C impulsiona internet no Brasil. Disponível em: <http://www.abcid.org.br/nova-classe-c-impulsiona-internet-no-brasil>. Acesso em 11 fev. 2012.

ALMEIDA, M. E. B., & Prado, M. E. B. B. (2005). Integração tecnológica, linguagem e representação. In: Brasil. TV Escola: Integração de tecnologias, linguagens e representações. Disponível em: <http://tvbrasil.org.br/fotos/salto/series/145723IntegracaoTec.pdf>. Acesso em 09 mar. 2012.

ALTHUSSER, L. (1985). Aparelhos ideológicos de Estado. Rio de Janeiro: Edições Graal.

ANDRADE, A. A. M. (2010). Entrevista concedida a Eugênio Paccelli Aguiar Freire. Natal.

BARROS, G. C., & Menta, E. (2006). PODCAST: Quebrando o silêncio na integração de mídias na Educação. Escola BR. Paraná. Disponível em: [http://www.escolabr.com/download/artigos/Artigo\\_Podcast.pdf](http://www.escolabr.com/download/artigos/Artigo_Podcast.pdf). Acesso em 20 mar. 2012.

BRASIL, (1998). Lei Nº 9.612, de 19 de fevereiro de 1998. Institui o Serviço de Rádiodifusão Comunitária e dá outras providências. Brasília, 19 de fevereiro de 1998. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L9612.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L9612.htm). Acesso em 10 mar. 2012.

BOTTENTUIT JUNIOR, J. B., & Coutinho, C. P. (2007). Podcast em Educação: um contributo para o estado da arte. Em Barca, A.; Peralbo, M.; Porto, A.; Silva, B.D. & Almeida L. (Eds.), Actas do IX Congresso Internacional Galego Português de Psicopedagogia. Setembro 2007, Universidade da Coruña. A Coruña, pp.837-846. Disponível em: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7094>. Acesso em 22 mar. 2012.

BOTTENTUIT JUNIOR, J. B., & Coutinho, C. P. (2008). Rádio e TV na Web: vantagens Pedagógicas e dinâmicas na utilização em Contexto educativo. Revista Elos. TEIAS. Disponível em:

<http://132.248.9.1:8991/hevila/Revistateias/2008/vol9/no17/10.pdf>. Acesso em 11 mar. 2012.

BUFARAH, A. (2003). Rádio na Internet: convergência de possibilidades. In XXVI Congresso Brasileiro das Ciências da Comunicação Intercom. Comunicação ao Núcleo de Mídia Sonora. Belo Horizonte.

CGIBR (Comitê Gestor da Internet no Brasil) (2011). TIC Domicílios e Empresas 2010. Disponível em: <http://www.cetic.br/tic/2010/index.htm>. Acesso em 17 mar. 2012.

CORACINI, M. J. F. R. (2008). A constituição identitária do tradutor: a questão da (auto-) censura. Tradução & Comunicação: Revista Brasileira de Tradutores, n. 17. Disponível em: <http://www.sare.anhanguera.com/index.php/rtcom/article/view/143/142>. Acesso em 11 mar. 2012.

FREIRE, E. P. A. (2010). Construindo um modelo de referência à participação ativa dos sujeitos em projetos educativos em ambiente on-line. São Paulo: Clube de Autores.

FREIRE, E. P. A. (2011). O podcast como ferramenta de educação inclusiva para deficientes visuais e auditivos. Revista Educação Especial, Santa Maria, v.24, n. 40, maio/ago. Disponível em: <http://cascavel.ufsm.br/revistas/ojs-2.2.2/index.php/educacaoespecial/issue/view/210/showToc>. Acesso em 03 nov. 2011.

FREIRE, P. (1971). Extensão ou comunicação? Rio de Janeiro: Paz e Terra.

HERSCHMANN, M., & Kischinhevsky, M. (2007). "A 'geração podcasting' e os novos usos do rádio na sociedade do espetáculo e do entretenimento". Anais do XVI Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós), Curitiba. Disponível em: <http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/famecos/article/view/5561/5045>. Acesso em 05 mar. 2012.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. (2010) Em dezembro, volume de vendas e receita variam -0,4%. 2010. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1558&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1558&id_pagina=1). Acesso em: 11 mar. 2012.

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (2011). Vendas no varejo ficam estáveis (0,0%) em dezembro e fecham 2010 em 10,9%, maior acumulado desde 2001. Disponível em: [http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia\\_visualiza.php?id\\_noticia=1823&id\\_pagina=1](http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/noticia_visualiza.php?id_noticia=1823&id_pagina=1). Acesso em 11 mar. 2012.

LEMOS, A. (2005) Podcast. Emissão sonora, futuro do rádio e cibercultura. 404nOtF0und, Junho. Disponível em:

- <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/404nOtF0und>. Acesso em 17 mar. 2012.
- MOURA, A., & Carvalho, A. A. (2006). Podcast: potencialidades na educação. Prisma.com, Porto. Disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/prismacom/article/download/623/pdf>. Acesso em 01 mar. 2012.
- MEDEIROS, M. S. (2006). Podcasting: Um antípoda rádiofônico. In: Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Disponível em: <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/20112/1/Macello+Santos+de+Medeiros.pdf>. Acesso em 10 mar. 2012.
- OLIVEIRA, M. C. R. (2002). O processo de inclusão social na vida de adolescentes em conflito com a lei. Ribeirão Preto, 200 p. Dissertação (Mestrado em Psicologia). Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/59/59137/tde-07052003114821/publico/tese.pdf>. Acesso em 22 fev. 2012.
- PAULA, J. B. C. (2010). Podcasts educativos: possibilidades, limitações e a visão de professores de ensino superior. Belo Horizonte, 144 p. Dissertação (Mestrado em Educação Tecnológica). Centro Federal de Educação Tecnológica de Minas Gerais. Disponível em: <http://www.et.cefetmg.br/permalink/19843ce4-a3e1-11df-aeaa-00188be4f822.pdf>. Acesso em 07 mar. 2012.
- PERUZZO, C. K. (2006). Revisando os conceitos de comunicação popular, Alternativa e Comunitária. Em XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Brasília- DF, INTERCOM/UnB, 6 a 9 de setembro de 2006.
- PRETI, D. (org.). (1997). Análise dos textos orais. São Paulo: Humanitas.
- PRIMO, A. (2005) Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. Intertexto. Porto Alegre, nº13, pp. 1-17. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/26568/000547622.pdf?sequence=1>. Acesso em 06 mar. 2012.
- QUADROS, M. C. (1999). Era uma vez, há muito tempo... o rádio – oralidade e tecnologia no cotidiano globalizado. In: XXIII Congresso Anual em Ciências da Comunicação. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/6771e345cc4b0a19784171f10eba8c27.PDF>. Acesso em 01 mar. 2013.
- SCHNACK, C., & Pisone, T. D., & Ostermann, A. C. (2005). Transcrição de fala: do evento real à representação escrita. Entrelinhas, v. 2, n. 2.
- ZUMTHOR, P. (2005) Escritura e Nomadismo: entrevistas e ensaios. São Paulo: Ateliê Editorial.

<sup>1</sup> Disponível em: <http://www.garotasemfio.com.br/podcast>.

<sup>2</sup> “(...) em alcance de registro, em envergadura sonora, a voz ultrapassa em muito a gama extremamente estreita dos efeitos gráficos que a língua utiliza” (Zumthor, 2005, p. 63).

<sup>3</sup> Esclarecimento do autor.

<sup>4</sup> O que autor cita como “invisibilidade” refere-se à sua capacidade de utilização concomitante à prática de outras atividades (Paula, 2010, p. 30).

<sup>5</sup> Cabe salientar que o mesmo vale para rádios on-line. Contudo, tais rádios, ainda assim, mantêm uma demanda produtiva mais elevada que o *podcast*, como será exposto ao longo deste artigo. Ainda sobre essas rádios, vale apontar que as modalidades nas quais sua programação é oferecida por demanda – como nas rádios on-demand – serão aqui desconsideradas enquanto rádio, pois, a partir do viés proposto, esse modo de distribuição configura-se como mais próximo de um *podcast*, apenas limitado à não execução de arquivos off-line, ou seja, arquivos que independam do uso de uma conexão de rede.

<sup>6</sup> Como exceção, pode-se apresentar algumas rádios on-line que contam com ferramentas como fórum on-line. Exemplo disso é a Rádio Escola Brasil, na qual “Os programas são gravados e disponibilizados no site, com espaços de interação entre a rádio e seu público” (Bottentuit & Coutinho, 2008, p. 103).

<sup>7</sup> Rádio transmitida pela internet através de *streaming*.

<sup>8</sup> Como exemplo é possível citar as rádios do sistema SKY de televisão por assinatura via satélite. Mais informações em: <http://www.skylivre.com.br/conheca/Default.aspx>.

<sup>9</sup> Aqui é feita uma referência ao termo “usual” no sentido da reprodução de um conjunto básico de valores, caracterizando um cenário sem grandes distanciamentos entre os conteúdos veiculados por cada emissora.

<sup>10</sup> Nos *podcasts* brasileiros, embora haja programas que possuem patrocinadores, esses são exceção, configurando um percentual muito baixo de ocorrências nesse cenário. Além disso, mesmo em tais programas não é perceptível o grau de dependência para com os patrocinadores encontrado no rádio, pois, geralmente, aqueles *podcasts* contam com outras fontes de renda, como venda de produtos pelo *site* (como camisas relacionadas ao programa, por exemplo) ou mesmo atividades profissionais paralelas de seus produtores. Portanto, é possível afirmar que, em linhas gerais, a produção de *podcasts*, ao contrário da rádio comercial, não se dá hegemonicamente a partir do financiamento de patrocinadores.

<sup>11</sup> *Podcasting* é um termo que faz referência ao ato de se produzir um *podcast* (nota nossa).

<sup>12</sup> Juridicamente, não há um consenso sobre qual código legal específico regula as rádios comunitárias, pois “há entendimentos conflitantes no âmbito do Judiciário sobre qual o tipo penal aplicável à conduta – se aquele constante da Lei nº. 4.117/62 ou da Lei nº. 9.472/97 (p. 12-13)”. RÁDIODIFUSÃO COMUNITÁRIA NO BRASIL: análise da situação e sugestões para sua disseminação. [Relatório Final]. Brasília: Ministério das Comunicações /GT Interministerial, 2005.

<sup>13</sup> Nome da máscara que os atores do teatro grego usavam. Sua função era tanto dar ao ator a aparência que o papel exigia, quanto amplificar sua voz, permitindo que fosse bem ouvida pelos espectadores.

<sup>14</sup> Apelido ou nome falso usado por usuários em salas de bate-papo.

<sup>15</sup> Uma imagem selecionada para representar de forma imaginativa uma pessoa em um *chat* 3D. O termo provém de uma palavra de Sânscrito que significa a encarnação de um deus.

<sup>16</sup> O anonimato referido é parcial na medida em que o usuário, apesar de não nominado, é possível de ser rastreado por meio de procedimentos técnicos.

<sup>17</sup> A acepção utilizada acerca do termo em questão aproxima-se das reflexões de Coracini (2008), quando essa afirma que “Embora censuras com base na moralidade e nos bons costumes, ainda existam no Brasil, nos dias de hoje, a mais evidente manifesta-se em torno do racismo, de pre-conceitos contra a mulher, contra o homossexual (o chamado preconceito de gênero), contra a liberdade de religião, dentre outros – enfim, em torno do que se tem denominado, por vezes de modo insensato e apressado, ‘politicamente correto’ (p. 12).

<sup>18</sup> Transmissão de conteúdo de mídia em tempo real para uma diversidade de usuários (nota nossa).

<sup>19</sup> Não se pratica aqui uma valoração negativa da necessidade de acordos e concessões individuais em favor de uma construção coletiva. Ressalta-se, sim, que a possibilidade de veiculação de posições dissonantes é fator a ampliar o debate educativo. O que se torna ainda mais importante se considerada a usual dinâmica social de supressão à posicionamentos periféricos especificamente por, independente da validade de seu teor, contradizerem uma parcela social hegemônica, como expresso por Althusser (1985).

<sup>20</sup> Exemplos dessas produções são os *podcasts* PodPensar (disponível em: <http://livrespensadores.org/artigos/podpensar-o-podcast-do-projeto-livres-pensadores>) e Dentro do Armário (disponível em: <http://pt-br.paperblog.com/podcast-dentro-do-armario-6-43894>).

<sup>21</sup> Aqui é utilizado o entendimento do autor, ao apontar que a ideologia dominante é a da classe dominante (ALTHUSSER, 1985, p. 48), não para estender sua discussão em torno de seu conceito de "ideologia", ou mesmo expandir a discussão sobre classes sociais, mas para expor um modo de observação que percebe uma dinâmica social comum, na qual há valores prevalentes em grupos sociais. Valores, esses, associados a uma parcela que apresenta predominância sobre as demais.

<sup>22</sup> Isso ocorre, em geral, quando os arquivos de áudio são armazenados em sistemas gratuitos de distribuição de *podcasts*, como o brasileiro "PodcastOne" [[www.podcast1.com.br](http://www.podcast1.com.br)] ou o americano "Podomatic" [[www.podomatic.com](http://www.podomatic.com)]. No caso de servidores pagos, a tendência é que os *podcasts* sejam retirados dos servidores e tornem-se indisponíveis devido ao usual encerramento, por parte dos produtores que já não gravam seus programas, do contrato de serviços com a empresa que fornece o armazenamento dos arquivos.

<sup>23</sup> Diversas empresas de mídia utilizam o *podcast* para replicar suas produções, bem como empresas o utilizam como ferramenta de marketing.

<sup>24</sup> Termo que se refere ao cenário do conjunto de *podcasts* produzidos e veiculados.

<sup>25</sup> Disponível em: [http://www.bb.com.br/portallbb/page3,136,3993,0,0,1,8.bb?codigoNoticia=11650&codigoMenu=198&codigoRet=8264&bread=4\\_4](http://www.bb.com.br/portallbb/page3,136,3993,0,0,1,8.bb?codigoNoticia=11650&codigoMenu=198&codigoRet=8264&bread=4_4). Acesso em: 05 de Novembro de 2011.

<sup>26</sup> Disponível em: <http://www.podtersaude.com.br>

<sup>27</sup> Disponível em: <http://jovemnerd.ig.com.br/nerdcast>

<sup>28</sup> De modo a ilustrar algumas das temáticas abordadas, podem ser citados os episódios: 117 - Brinquedos dos Anos 80; 119, Batman nos quadrinhos; 191 – Os santos pecados das Cruzadas; 205, Teogonia da Mitologia Grega; 229 – Duplipensamentos sobre 1984; 244, A alvorada da Era Nuclear; 249, Evolução artificial da Seleção Natural.

<sup>29</sup> Tipo de jogo em que os jogadores assumem os papéis de personagens e criam narrativas de forma colaborativa.

<sup>30</sup> Disponível em: <http://www.rolando20.com.br>

<sup>31</sup> Disponível em: <http://www.ubuntero.com.br/2011/03/opencast-episodio-1>

<sup>32</sup> Disponível em: <http://www.guileite.com>

<sup>33</sup> Empresa de informática responsável por produtos informáticos de inserção mundial, como o tocador de MP3 "iPod", o telefone "iPhone" e o "iPad", computador portátil com comando por toque em sua tela. Mais informações em: [www.apple.com](http://www.apple.com).

<sup>34</sup> <http://www.decodificando.com.br>

<sup>35</sup> Disponível em: <http://www.papodegordo.com.br>.

<sup>36</sup> Disponível em: <http://pt-br.paperblog.com/podcast-dentro-do-armario-6-43894>.

<sup>37</sup> Como critério de eleição dos principais *podcasts* do país foi utilizada como referência a votação dos concursos "Prêmio Podcast" em suas últimas edições, nos anos de 2008 e 2009. Mais informações sobre o projeto em <http://www.premiopodcast.com.br>.

<sup>38</sup> Como exemplo podem ser citados termos como "megaboga" - referente a uma qualificação positiva efusiva -, ou mesmo apropriações de expressões estrangeiras como *whatever*, que, em tradução livre, aproxima-se da expressão "tanto faz".

<sup>39</sup> Disponível em: <http://cbn.globoradio.globo.com/servicos/podcast/NOME.htm>.

<sup>40</sup> Disponível em: <http://radiobandeirantes.com.br/podcast.asp>.

<sup>41</sup> Escuta coletiva de um programa, podendo ser organizado por um monitor.