

RENATA MARCELLE LARA
HERTZ WENDEL DE CAMARGO
(ORGS.)

Conexões

MÍDIA, CULTURA E SOCIEDADE



Capa > Célio Olizar Pereira Júnior
Diagramação > Célio Olizar Pereira Júnior
Coordenação Editorial > Celso Moreira Mattos
Revisão > Mda. Ana Carolina de Godoy (PPGL-Unicentro)
Produção Eletrônica > Syntagma Editores Ltda.

Avaliação > Textos avaliados às cegas e aos pares

Conselho Científico Editorial:

Dr. Antonio Lemes Guerra Junior (UNOPAR)
Dr. Aryovaldo de Castro Azevedo Junior (UFPR)
Dra. Beatriz Helena Dal Molin (UNIOESTE)
Dr. José Ângelo Ferreira (UTFPR-Londrina)
Dr. José de Arimatheia Custódio (UEL)
Dra. Pollyana Mustaro (Mackenzie)
Dra. Vanina Belén Canavire (UNJU-Argentina)
Dra. Elza Kioko Nakayama Murata (UFG)
Dr. Ricardo Desidério da Silva (UNESPAR-Apucarana)
Dra. Ana Claudia Bortolozzi (UNESP-Bauru)
Dra. Denise Machado Cardoso (UFPA)
Dr. Marcio Macedo (UFPA)

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

C747 Conexões: mídia, cultura e sociedade. / Organizado por Hertz Wendel de Camargo e Renata Marcelle Lara. – Londrina : Syntagma Editores, 2017. 364 p.

ISBN: 978-85-62592-33-1

1. Mídia. 2. Cultura. 3. Sociedade. I. Título. II. Camargo, Hertz Wendel de. III. Lara, Renata Marcelle.

CDD: 070
CDU - 316.1



SYNTAGMA

Copyright © 2017, Syntagma Editores Ltda., Londrina (PR), 31 de julho de 2017.
www.syntagmaeditores.com.br

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM HISTÓRIA POR MEIO DE *PODCASTS*: POSSIBILIDADES DE EDUCAÇÃO HISTÓRICA PELA INTERNET

MARCELO DE SOUZA SILVA¹
CESAR AGENOR FERNANDES DA SILVA²

O QUE É UM *PODCAST*?

Após ler o título deste capítulo, muitos já estarão familiarizados com o termo e a mídia *Podcast*, entretanto, acreditamos que a maioria ainda não ouviu falar ou tomou contato com *Podcasts*. Atualmente, no Brasil, existem milhões de ouvintes e milhares de produtores de conteúdo independentes.³ Para os que nunca ouviram, daremos uma breve explicação.

Os produtores de Podcast, na maior parte dos casos, quando falam para alguém que nunca ouviu falar da mídia, se utilizam de uma explicação simplificada e padrão quando recebem a pergunta: “o que é um podcast?” Essa resposta padrão soa mais ou menos assim: “É como um programa de rádio na internet”.

Podemos dizer que essa analogia não está completamente errada, pois Podcasts são arquivos de áudio que tratam de diversos temas e são disponibilizados em páginas da rede. As temáticas são muito variadas e atendem a nichos de público igualmente diversos, abordando assuntos relacionados a cinema, videogames, música, política, humor, culinária, idiomas, tecnologia, esportes, direito, curiosidades, economia, crônicas do cotidiano, ciências, história, entre tantos outros. No Brasil, tudo isso ocorre com a utilização de trilha, efeitos e as chamadas vírgulas sonoras.⁴ Geralmente, cada

1 Doutor em História Social pela UFRJ, professor de História do Brasil na Universidade Federal do Triângulo Mineiro. Email: marcelosilva.uftm@gmail.com

2 Doutor em História pela UNESP/Franca, professor dos cursos de História da Universidade Católica de Santos e da Universidade Metropolitana de Santos. Email: cesar.agenor@gmail.com

3 Ainda neste texto mencionaremos alguns números para que o leitor tenha dimensão das possibilidades e alcance da mídia.

4 Expressão que denota pequenas inserções de áudio ou vinhetas que serve como transição de assuntos ou de momentos para que os ouvintes possam “respirar”.

episódio trata de um tema específico, variando entre dez minutos a mais de duas horas de duração, com um ou mais participantes que apresentam, conversam, analisam ou até mesmo subvertem os temas propostos para os episódios. A periodicidade varia, pois existem Podcasts semanais (o mais comum), mensais e, até mesmo, diários – caso de Podcasts produzidos por empresas de comunicação como *CBN*, *Agência Estado*, *Grupo Bandeirantes de Comunicação*, etc.

Contudo, simplesmente dizer que Podcast é rádio na internet não condiz com exatidão à realidade. Esta mídia, que também pode conter transmissões em vídeo, está umbilicalmente ligada às rápidas transformações tecnológicas e de práticas sociais provenientes não apenas da invenção como também da popularização de acesso à internet. Se o rádio foi fruto da proliferação da tecnologia radiofônica de transmissão e recepção ao longo do século XX, o Podcast também nasceu de uma inovação tecnológica que ocorreu em maior escala na primeira década do século XXI. Contudo, a grande diferença é que o segundo não está diretamente ligado, em sua maioria, à empresas de comunicação e, com isso, goza de grande liberdade editorial.

Obviamente que a internet, também conhecida em inglês como *World Wide Web*, não foi invenção do século XXI, mas teve sua emergência experimental em universidades e setores das forças armadas dos Estados Unidos da América nos anos 70. Porém, foi nos anos 80, com a participação de pesquisadores europeus, que a ideia de conexão em larga escala passou a ganhar cada vez mais força. Como nos esclarecem os historiadores ingleses Peter Burke e Asa Briggs:

Nesse período a ecologia de uma rede mundial *World Wide Web* (www) tinha se alterado, não de uma base nos Estados Unidos, mas a partir do CERN, um instituto europeu de pesquisas de física de partículas, instalado nas montanhas da Suíça, onde um inglês, Tim Berners-Lee, imaginou o que chamou de “World Wide Web” em 1989. “Suponha que eu tenha a possibilidade de programar meu computador para criar um espaço em que tudo

possa ser ligado a tudo”, especulava ele. “Suponha que toda a informação arquivada nos computadores de todos os lugares estivesse interligada.” Essa hipótese era notável, mas não fazia parte do que a Arpa ou o CSNET ou o NSFNET tinham em mente — na realidade, nem mesmo os fabricantes de computadores “individuais”, pessoais ou de outra espécie. Berners-Lee não sabia então que Vannevar Bush, pesquisador do MIT presente na história inicial dos computadores e ex-diretor do Departamento Norte-Americano de Desenvolvimento de Pesquisa Científica durante a Segunda Guerra Mundial, havia feito observações similares em um artigo da revista *Atlantic Monthly*, em 1945, quando projetou uma máquina fotomecânica chamada “Memex” (BURKE; BRIGGS, 2002, p.302).

Os historiadores prosseguem e descrevem, em linhas gerais, como o “www” chegou as nossas vidas:

Para Berners-Lee, “tecer” a rede – o verbo e o substantivo de Thomas Hardy – não era inicialmente uma tarefa lucrativa ou de alta segurança, mas um meio de ampliar oportunidades. Ele desejava conservar a Web sem proprietários, aberta e livre. Contudo, como os empreendedores norte-americanos que desenvolveram a Internet buscavam lucro – em sua autobiografia fez uma breve referência a Vint Cerf e Bob Kaban –, ele era movido por uma crença firme no seu potencial global de uso: ela podia e devia ser “world wide”. O desenvolvimento de hiperlinks, o destaque de palavras ou símbolos dentro de documentos “cliqueando sobre eles”, isso era a chave de todo o progresso futuro. A revista *Time*, que o saudou como o único pai da Web, chamou suas realizações de “quase gutenberguianas”. Berners-Lee tinha tomado “um sistema de comunicações poderoso, que somente a elite poderia usar, e transformara-o em meio de comunicação de massa” (BURKE; BRIGGS, 2002, p.302).

Destacamos, aqui, a ideia de que a internet é um veículo de comunicação de massa, que possibilitou não apenas a recepção de informação, mas também a produção de conteúdo por um maior número de pessoas. Embora ainda não disponíveis a todos em nosso país, a proliferação dos chamados *smartphones* vem dando a possibilidade de maior inclusão digital. De acordo com matéria publicada pelo jornal *O Estado de S. Paulo*, em abril de 2016, o

número de aparelhos inteligentes em uso ultrapassou a marca dos 168 milhões de unidades (CAPELAS, 2016).

No que toca aos telefones móveis inteligentes, o termo Podcast está originalmente associado a um dos produtos da empresa estadunidense *Apple*, o *iPod*. A empresa fundada por Steve Jobs também produz os cobiçados *iPhone* e *iPad*. O *iPod* foi um dos primeiros reprodutores de arquivos de áudio digital a possibilitar que seus proprietários pudessem adquirir arquivos de música na internet de forma legal e ouvi-los por tempos prolongados com mobilidade. Nos Estados Unidos, no início do século XXI, surgiram os primeiros conteúdos em áudio ou vídeo produzidos e transmitidos por usuários comuns para outros usuários dos *iPods* ou similares. Em inglês, o termo equivalente à transmissão é *Broadcast*, daí com a junção do prefixo *Pod* com o termo *Broadcast*, surgiu a palavra Podcast, programas estes que, a partir de 2004, começaram a ganhar popularidade (LUIZ; ASSIS, 2010, p.1-2; UOL TAB, 2016).

O Podcast também se diferencia dos programas de rádio por que, assim como outras mídias que consumimos na Internet, eles podem ser baixados e ouvidos sob demanda. Não há necessidade de sintonizar em uma estação em horário fixo para poder ouvir o programa desejado.

Inicialmente os Podcasts eram disponibilizados apenas nos sites de seus produtores, os famosos blogs. O ouvinte ao conhecer o programa precisava periodicamente acessar a página e fazer o download ou ouvi-los no *player* disponibilizado no próprio site.⁵ Contudo, como bem nos esclareceram Lucio Luiz e Pablo de Assis – que também produzem Podcasts –, uma das inovações tecnológicas que os Podcast acabaram provocando foi a automatização deste processo, por meio dos chamados *feeds* RSS. De acordo com os autores:

Com a profusão de aparelhos portáteis reprodutores de arquivos de áudio, notadamente os de formato MP3, surgiram várias novas ideias de como automatizar o acesso ao conteúdo de au-

⁵ Atualmente esta prática continua existindo.

dioblogs e demais programas de áudio. O método que mais teve sucesso foi a possibilidade desse download ocorrer automaticamente através de programas chamados “agregadores”, utilizando uma tecnologia já empregada para blogs: o feed RSS (*Really Simple Syndication*).

O RSS é uma maneira de relacionar o conteúdo de um blog de forma que seja entendido pelos agregadores de conteúdo. Isso é possibilitado através dos chamados “feeds”, que trazem o conteúdo do blog codificado de maneira que esses programas compreendam e possam apresentar as atualizações automaticamente para os usuários que cadastraram o feed de seus blog preferidos. Com isso, o usuário recebe cada novo conteúdo automaticamente, não precisando mais visitar cada site para ver se já foi atualizado.

Para que o RSS também funcionasse com arquivos de áudio, foi necessário criar um “enclosure”, maneira de se anexar um arquivo a um RSS, apresentando o endereço onde ele está hospedado para que o agregador faça seu download automaticamente. Em 2003, Dave Winer criou esse “enclosure” para que o jornalista Christopher Lyndon pudesse disponibilizar uma série de entrevistas na internet (LUIZ; ASSIS, 2010, p.2-3).

O primeiro agregador de Podcasts foi o software *iTunes*, da *Apple*. Os proprietários de *iPods*, obrigatoriamente, tinham que conectar seus aparelhos a computadores pessoais (desktops ou notebooks) e sincronizar as bibliotecas dos dispositivos com as disponibilizadas no *iTunes*.

O programa da *Apple* continua sendo um dos principais agregadores de Podcast, pois o primeiro *Feed* RSS criado foi para que funcionasse junto ao software/aplicativo da *Apple*. Nos dias atuais, quando um produtor faz o cadastro de seu Podcast na plataforma *iTunes*, automaticamente outros agregadores o registram em seus mecanismos de busca e possibilitam a assinatura dos conteúdos, ou seja, toda vez que um novo episódio do podcast é lançado os *softwares* ou *aplicativos* automaticamente notificam os usuários e esses optam por reproduzir via streaming ou executar o download do arquivo de áudio para seus dispositivos.

Foi questão de pouco tempo para que outras empresas desenvolvessem agregadores de Podcast, especialmente voltados a

usuários de dispositivos móveis, como os *smartphones*, que trabalham com outras plataformas ou sistemas operacionais, como no caso do *Android*, desenvolvido pelo *Google*. Conta-se hoje com, no mínimo, 20 agregadores multiplataformas (Windows, Mac, Linux, IOS, Android, etc.) de podcasts, como, por exemplo, *Podcast Addict*, *Podcast Republic*, *Simple Podcatcher*, *podKatcher*, *Pocket Casts*, que são gratuitos, assim como o *iTunes*.

No Brasil, já em 2004, os primeiros podcasts passaram a ser produzidos e em poucos anos começaram a angariar um grande número de novos programas e ouvintes. Atualmente, de acordo com o catálogo do site *Mundo Podcast*, que sumariza e classifica os Podcasts brasileiros por temática, existem **1671** Podcasts registrados, sendo que destes **1297** encontram-se ativos (TEIA CAST, 2017).

Outra ferramenta interessante para se perceber a audiência e a variedade do que se produz no Brasil é a página *iTunes Charts*, criada inicialmente para medir a audiência das músicas que os usuários estavam consumindo no *iTunes*, ela foi expandida para também posicionar quais são os podcasts mais ouvidos na aplicativo/software. Diariamente a página é atualizada mostrando quais foram os 100 podcasts mais baixados do dia anterior e quantas posições ganharam ou perderam no ranking e, mais do que isso, há quanto tempo permanecem na preferência dos ouvintes.

Sobre sucesso e longevidade, um Podcast no Brasil que está no topo de qualquer *ranking* é o *Nerdcast*, programa produzido pelo site *Jovem Nerd* há 11 anos. Podemos dizer que o *Nerdcast* criou um padrão de produção, edição e distribuição que foi adotado pela comunidade que passou a produzir podcasts no Brasil. O público médio por episódio semanal é de aproximadamente 1 milhão de ouvintes, que fazem o download do arquivo via agregador, aplicativo específico para celulares ou diretamente no site (JOVEM NERD MIDIA KIT, 2016).

O sucesso do *Nerdcast* e de outros programas como *Rapaduracast*, *Papo de Gordo*, *Matando Robôs Gigantes (MRG)*, *BrainStorme 9*, *Scicast*, *Mamilos*, entre outros, inspiraram uma série de pessoas que não são profissionais da comunicação para que tam-

bém passassem a produzir seus próprios conteúdos, um fenômeno social semelhante ao que aconteceu e acontece no *Youtube*, no qual a habilidade de fidelizar uma comunidade de telespectadores/ouvintes/seguidores antecede a necessidade de uma formação técnica ou mesmo a posse de equipamentos profissionais de captação e edição – o que explica em parte esta nova prática social.

Outra similaridade com o *Youtube* foi que o *Podcast* também criou as chamadas *webcelebridades* e, em certos casos, alguns *podcasters* (nome dado aos produtores) tornaram essa atividade em profissão e, atualmente, vivem exclusivamente disso. Como o caso de *Alexandre Ottoni* e *Deive Pazos*, também conhecido respectivamente como *Jovem Nerd* e *Azaghal*. Eles são os criadores do *Nerdcast* e proprietários da empresa *Ottoni & Pazos Ltda*, cujo nome fantasia é o mesmo do site: *Jovem Nerd*.

Criada após a ascensão e popularização do *Nerdcast*, a empresa além atuar na área de venda de produtos variados relacionados ao universo dos quadrinhos, cinema de entretenimento, games, etc, por meio de uma loja virtual, também possui departamentos de marketing e de criação e gerenciamento de conteúdos para mídias como *Podcast*, *Youtube*, *Twitter*, etc. – todos os conteúdos produzidos pelo *Jovem Nerd* possuem, no mínimo, 1 milhão de assinantes/seguidores (JOVEM NERD MIDIA KIT 2016).

Os atuais 1271 *podcasts* ativos, como já dito, tratam de temas muito variados. As empresas jornalísticas mais tradicionais já perceberam o alcance e o potencial do podcast e não é incomum encontrarmos em seus veículos matérias que apresentam aos seus leitores esta mídia. Para ficarmos em poucos exemplos, nos anos de 2014 e 2015, o *Jornal do Comércio* de Porto Alegre e as Revistas *Veja* e *Superinteressante* trouxeram para suas pautas a temática. Em 2016, foi a vez do portal eletrônico *Universo Online* (UOL) trazer aos seus leitores uma edição completa da revista eletrônica TAB sobre a temática.

Importante ressaltar que todas as matérias chamam a atenção para o fato de que existe uma proximidade e uma relação direta entre os produtores de *Podcast* e seus públicos, que fazem contato

por diversas redes sociais (*Facebook, Twitter, E-mail, Whatsapp, Telegram, etc.*), por suas páginas e, até mesmo, presencialmente em eventos voltados para os seguimentos aos quais os podcasts se dedicam. Esta proximidade ajuda a explicar o sucesso que a mídia vem alcançando nos últimos anos. Os programas criam comunidades espalhadas por diversos lugares do país e, também, por brasileiros vivendo em outras regiões do planeta e por outros lusofalantes. Na matéria da Revista Superinteressante temos o seguinte relato exemplar:

Quem faz um podcast acaba tendo uma relação mais próxima com o público do que outros formadores de opinião, como colunistas de revistas ou blogueiros. Para isso, os podcasters fazem questão de, sempre que possível, falar de experiências pessoais nos programas. É uma receita usada há décadas por apresentadores de mídias tradicionais. O público cria empatia, se reconhece em situações e passa a se sentir próximo dos locutores. “Há muitos podcasts em que ouvintes participam enviando mensagens em áudio ou conversando com os podcasters durante os programas”, diz Lucio Luiz, jornalista especializado no assunto (e ele mesmo um podcaster). Até aí, nenhuma novidade. Mas o formato do podcast permite que a interação seja diferente. O fato de precisar baixar o programa e ouvir na hora em que quiser torna a situação mais maleável ao seu dia a dia. Além disso, o contato entre quem faz e quem ouve é invariavelmente simples – trocar ideias com o público é essencial para o sucesso. E isso leva a situações inusitadas. “Já recebemos convites para casamentos e, algumas vezes por ano, marcamos de tomar cerveja com os ouvintes”, diz Tato Tarcan, do Ultrageek, podcast sobre tecnologia com 45 mil downloads em média. Essa relação gera um círculo virtuoso, que aumenta a oferta e a demanda. “Todo ouvinte pode se tornar um podcaster, o que, por sinal, é o caso da maioria”, explica Lucio Luiz (SUPERINTERESSANTE, 2016).

Entretanto, não foram apenas os veículos de comunicação profissionais que voltaram seus olhos para essa mídia. Universidades brasileiras também produzem seus próprios programas, com destaque para a Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e, especialmente, a Universidade Estadual Paulista (UNESP). *Fronteiras da Ciência* é o programa de rádio produzido pelo de-

partamento de física da UFRGS, no qual docentes recebem convidados acadêmicos para conversar sobre temas científicos. Após a transmissão tradicional, o programa é editado e disponibilizado no formato Podcast e, desde 2014, figura constantemente entre os 100 programas mais ouvidos na lista organizada no *iTunes Charts*. O *Fronteiras da Ciência* está em sua 8ª temporada.

Quanto à UNESP, a Reitoria por meio da Assessoria de Comunicação e Imprensa, registraram o domínio⁶ “www.podcast.unesp.br”. Nessa página são oferecidos 20 programas de temáticas variadas e, geralmente, de curta duração (entre 2 a 10 minutos por episódio), como Pod Esporte, Pod MPB, Pod Extensão, Pod Fala Professor, Pod Mundo e Política, Pod Terrotorial, entre outros. Nesse sentido, a universidade mostra que percebe esta mídia como uma forma de comunicação eficaz voltado aos seus diferentes públicos, numa ação que mistura extensão com o trabalho de Relações Públicas da Assessoria, tendo em vista o caráter institucional destas produções. Contudo, diferentemente com o que ocorre com o *Fronteiras da Ciência* os podcasts UNESP não estão cadastrados na plataforma *iTunes*, e a assinatura do *Feed RSS* se dá no que hoje já pode ser considerada uma forma atrasada, *por email*. Isso nos impede de ter uma noção pública de seu alcance, mas não nos exima de perceber alguns dos potenciais acadêmicos e, sobretudo, de divulgação científica e de extensão que o *Podcast* pode alcançar.

Como foi possível perceber até aqui, o *Podcast* possui uma história recente e apresenta características da democratização da produção e comunicação de conteúdos provocados pela ascensão da World Wide Web e as facilidades de acesso e de inclusão digital. Pessoas comuns, profissionais de comunicação e instituições de ensino perceberam as possibilidades de contato de difusão de entretenimento e informação por meio um formato que permite criar identificação e, também, proximidade entre os públicos.

Agora que discutimos o que são os podcasts e quais as manei-

⁶ Nome dado ao endereço de um site que precisa ser registrado junto à um servidor ou empresa que gerencia dados, como o caso do *WordPress* – a principal e mais usada plataforma para desenvolvimento na web atualmente.

ras como vêm sendo desenvolvidos no Brasil nos últimos anos – e antes de falarmos sobre os Podcasts de história e suas possibilidades de divulgação científica e educação histórica – vamos tecer algumas considerações sobre a história, seu ensino e divulgação no Brasil nas formas e mídias tradicionais.

O ENSINO DE HISTÓRIA E AS MÍDIAS

Ensinar história na educação básica é uma tarefa que tem se tornado cada vez mais complexa. Dos antigos manuais históricos aos livros didáticos e recursos audiovisuais mais modernos, ainda esbarramos, os professores/historiadores, em muita resistência por parte dos alunos, os quais não enxergam sentido em conhecer aquelas situações do passado por não aparentarem possuir vínculos com o presente e com a realidade vivida por aqueles indivíduos. Muito já se escreveu sobre este problema e, certamente, não se pode dizer que só a história o enfrenta.

Antes de mais nada, é importante que apresentemos a visão que temos sobre o ensino de história e, conforme o título deste capítulo, do que seria a educação histórica. A história se faz presente tanto como disciplina ensinada na escola, quanto na vida cotidiana dos indivíduos. Compreendemos que se trata de uma disciplina relevante para as políticas de qualquer Estado, tendo em vista que ela condiciona as identidades nacionais em conformidade com o projeto do grupo que tem o seu controle político (FONSECA, 2004, p. 24, et. seq).

Não somente esta disciplina, mas todo o sistema escolar tem relevância no sentido de conformar as forças produtivas, sociais, culturais, de acordo com um projeto que tende a maximizar os lucros do próprio Estado e dos grupos a ele ligados que detém seu controle. No mundo industrial que surgiu a partir do século XVIII, a escola ganha cada vez mais protagonismo tanto enquanto espaço de reprodução dos conhecimentos socializados a partir das universidades, quanto um lugar de embates entre as diversas visões de mundo e técnicas que foram se conformando naquilo

que, seguindo as ideologias de cada período, se adequariam a algum paradigma produtivo e ao mercado. Neste sentido, o conhecimento se torna uma ferramenta valiosa e o seu controle está entre as principais atividades do Estado com seu poder de criar políticas públicas. O ensino de história no Brasil, especialmente após o golpe civil-militar de 1964, adquiriu algumas características típicas de uma sociedade que pensava o conhecimento de forma utilitária no sentido de promover aqueles que mais teriam interesse na formação de força de trabalho qualificada (FONSECA, 1993, p. 133, et. seq).

A partir de então, no Brasil, conformou-se um tipo de ensino de história a que chamamos tradicional, por ser baseado na ideia de que a história são os fatos do passado, e que seu estudo deve ser feito de maneira cronológica e sem espaço para interpretações outras que não a oficial, impressa nos livros didáticos que seguiam o interesse, ufanista, do Estado brasileiro da ditadura civil-militar. Até hoje, mais de trinta anos após o final deste regime, mesmo com as significativas mudanças promovidas nas políticas de ensino, é difícil se livrar desta visão, sendo que ela é até mesmo defendida por setores sociais que, mesmo sem nenhuma especialização na área ou comprovação científica, denunciam o que acreditam ser “doutrinação ideológica” dos professores que discutem as múltiplas interpretações sobre o passado e sua relação com o presente, de acordo com as teorias da história e do ensino mais atuais. Este movimento, que parece retrógrado em muitos sentidos, nada mais é do que o corolário de como a crise de paradigmas científicos vem afetando a educação, pondo em cheque o ensino baseado nos conceitos de causalidade e determinação e que busca a *verdade* científica (BRANDÃO, 1994, p.7). Se entre os especialistas estas análises levaram ao questionamento das formas tradicionais de ensino, para alguns setores da sociedade, a percepção de que estes questionamentos estavam se consubstanciando em novas políticas públicas de educação que não compreendem, acaba levando ao crescimento de um movimento pelo retorno aos padrões tradicionais.

Em um contexto passado este método de ensino parecia ter sua eficácia, mas é fácil perceber que ele não promove aquilo que podemos chamar de educação histórica. Este conceito tem ligação com a teoria de história que a relaciona não somente a um conhecimento abstrato de fatos passados, mas como lidamos, cotidianamente, com as múltiplas visões, idas e vindas, no tempo e no espaço. Contar, contar histórias, e ela como uma forma de aprendizado é algo que esteve presente em diversos momentos, da história humana. Os primeiros grupos sociais contavam histórias de suas caçadas as de seus antepassados, tanto para glorificá-los quanto para ensinar às gerações futuras a partir da experiência passada. Em outras palavras, o contato com um tempo pretérito é algo essencial na definição dos laços grupais e, em certo nível, na criação dos significados que damos a quase tudo na vida cotidiana. Carregamos todos, em algum nível, um envolvimento com o passado, a história, um fenômeno que tem sido chamado de *consciência histórica*, algo que, segundo Jörn Rüsen seria:

[...] a suma das operações mentais com as quais os homens interpretam sua experiência da evolução temporal de seu mundo e de si mesmos, de forma tal que possam orientar intencionalmente, sua vida prática no tempo (RÜSEN, 2001, p.57).

A partir deste pressuposto, fica claro que pensar historicamente sobre o mundo atual não é algo reservado aos especialistas que frequentaram as universidades de história, mas algo que, em alguma medida, está diretamente ligada à uma forma consciente de reproduzir sua experiência no tempo com o fim de tornar sua existência, e a dos antepassados, não só dotadas de sentido, mas que este tenha um impacto no fortalecimento das práticas sociais mais diversas. Sendo assim, o professor de história deve partir desse conhecimento tácito, desta percepção que todos trazemos do passado para construir as pontes com o presente e, dessa forma, promover a construção de conhecimento histórico significativo, algo que, finalmente, podemos chamar de educação histórica. Ainda fica a questão: como podemos relacionar este processo com o uso das mídias?

O sistema escolar como um todo vem sentindo os efeitos que a difusão acelerada de informações tem gerado entre os alunos, com seus *gadgets*⁷ atraindo muito mais a atenção do que os conteúdos escolares, especialmente quando em suas práticas pedagógicas se sobressaem as suas ferramentas tradicionais de ensino. Mídias e educação são áreas que necessariamente precisam conversar em busca de soluções que otimizem a aprendizagem. Neste sentido, Evelyne Bévort e Maria Luiza Belloni, defendem uma ideia e uma prática para os educadores cumprirem sua função social:

[...] a ideia de que não pode haver cidadania sem apropriação crítica e criativa, por todos os cidadãos das mídias que o progresso técnico coloca à disposição da sociedade; e a prática de integrar essas mídias nos processos educacionais em todos os níveis e modalidades sem o que a educação que oferecemos às novas gerações continuará sendo incompleta e anacrônica, em total dissonância com as demandas sociais e culturais (BÉVORT; BELLONI, 2009, p.1082).

Sendo assim, entendemos que é preciso promover mais estudos e ações neste campo, ainda novo, da mídia-educação, por si só um conceito que, ao se aproximar dos dois campos, acaba encontrando dificuldades em se efetivar nas práticas em sala de aula. Os motivos para isto são estruturais, além desta questão conceitual que, se mal apreendida, acaba fazendo com que o uso das mídias aconteça sem as ferramentas críticas necessárias, tem também o problema de que o sistema escolar tem se mostrado muito reticente em promover mudanças radicais em sua estrutura de funcionamento, especialmente na incorporação das mídias mais recentes. Por exemplo, foi somente após muita pesquisa e insistência que passamos a utilizar o cinema como fonte de debate e produção de conhecimento histórico nas escolas e, ainda hoje, raros são os casos em que se pode dizer que o seu uso se dá de forma produtiva no sentido de despertar nos alunos o interesse em desenvolver suas habilidades de reflexão sobre o passado a partir de inquietações presentes. Em outras palavras, no campo

⁷ Nome pelo qual vêm sendo conhecidos os dispositivos eletrônicos portáteis tais como *smartphones*, tocadores de músicas e vídeos, tablets e afins.

da comunicação, as transformações tecnológicas são rapidamente absorvidas, enquanto na educação, elas enfrentam resistências e batem em estruturas que mudam em ritmo muito diferente. Dessa forma, mesmo formulando conceitualmente o contato entre estas duas áreas, a própria maneira desigual como se apropriam das inovações tecnológicas já constitui um grande empecilho ao desenvolvimento de ações pedagógicas que promovam aprendizado significativo para os alunos.

Pierre Lévy (2002) chamou a atenção para o fato de que a *cibercultura* não deve ser vista nem como a salvação nem como a danação nas sociedades contemporâneas e, certamente, este debate não deve estar presente nas discussões acadêmicas. Todas as técnicas inventadas dentro de uma cultura contribuem para que novas opções sejam abertas com a sua presença, mas não são determinantes na elaboração das configurações sociais por si só. As tecnologias são desenvolvidas a partir de ideias e visões de mundo, mas quando são apropriadas pela sociedade elas têm seu sentido alterado de acordo com as possibilidades abertas por este novo meio de expressão. A internet, sobre a qual falamos acima, é um exemplo claro disso: as intenções estratégicas do Estado em cri-la atualmente quase nada resta, visto que ela se tornou um espaço apropriado por diversos grupos, com potencial para a promoção e divulgação de informações também diversificadas.

Todos os professores estão familiarizados com a seguinte situação em sala de aula: alunos presentes, mas desatentos, enquanto buscam subterfúgios para se manterem ligados aos seus telefones, trocando mensagens e buscando informações, entretenimento ou qualquer outro tipo de atividade acessível. Este cenário, entretanto, não é característico somente do ambiente escolar, visto que mais e mais pessoas usam as diversas mídias como forma de estabelecer interações sociais, promover e acessar conteúdos culturais. Enquanto vemos crescerem exponencialmente estas formas de comunicação, promovendo a difusão de conhecimentos e informações, observamos a resistência por parte de muitos agentes envolvidos na educação, por acreditarem que o uso destes

meios traria mais prejuízos do que benefícios. Outro problema igualmente grave é que a adoção destas tecnologias se dá de forma desigual também em conformidade a classe social a que pertence o aluno. Sendo assim, mesmo que queira adotar novas mídias na produção do ensino, o professor pouco pode fazer contra as limitações de recursos: se há computadores, não há internet, se há os dois, o uso é restringido, o deslocamento dos alunos até as salas de informática é problemático, o cronograma do plano de ensino deve ser cumprido, então não se pode “perder tempo”. Estas e outras questões fazem com que o trabalho com as tecnologias de informação se tornem extremamente difíceis e, quando acontecem, tomam formas pouco críticas, ilustrativas ou superficiais. Ao final, a despeito dos estudos que vêm se desenvolvendo há décadas para tentar incorporar novas formas de expressão cultural – e dos investimentos do Estado em compra de equipamentos, mas sem a devida melhoria de toda a estrutura escolar – não conseguimos superar o ensino tradicional de história em que o professor fala e os alunos ouvem, naquilo que ficou conhecido como conhecimento bancário, no qual acumulam informações para o momento da avaliação escrita aplicada pelo professor para conferir nota (FREIRE, 2002, p. 13 et. seq). Uma forma de educar que não explora e até é um desincentivo à criatividade do educando, mas que pode ser vencida com o auxílio das tecnologias de informação.

A aceitação de que é preciso mudar as maneiras de dar aula acabaram levando a uma outra armadilha que, nas palavras de Jaime Pinsky e Carla Pinsky, faz com que,

Procurando acompanhar as mudanças, os novos tempos, muitos professores acabam comprando a ideia de que tudo que não é muito veloz é chato. Na sala de aula, o pensamento analítico é substituído por “achismos”, alunos trocam investigação bibliográfica por informações superficiais em *site* “de pesquisa” pasteurizados, vídeos são usados para substituir (e não complementar) livros. E o passado, visto como algo passado, portanto superado, tem tanto interesse quanto o jornal do dia anterior (PINSKY; PINSKY, 2009, p.17).

As palavras dos autores mais uma vez nos levam à reflexão de que mesmo que tenhamos as ferramentas, elas devem ser utilizadas de forma a contribuir no aprendizado e não se tornarem um fim em si, que tira o significado dos conceitos e ideias inerentes à reflexão histórica. A ideia de que a internet seria a solução para todos os problemas, visto que ela contém informações num nível incrivelmente alto e jamais alcançado pela humanidade anteriormente, já se mostrou falaciosa e isto é possível constatar pelo fato de que ela se tornou uma forma de tornar a busca e o conhecimento menos profundos do que poderiam ser.

O ensino em geral e o de história em específico estão envolvidos em todas estas questões e problemas que analisamos acima, mas um fato chama a atenção: os temas históricos produzidos pelas mídias têm grande apelo junto ao público, tanto nas formas tradicionais, televisão, filmes, quanto nas mídias digitais e na internet. Isto demonstra que, a despeito das falhas que o ensino possa conter, existe um genuíno interesse da sociedade por conhecimento histórico. Entre as obras de não-ficção e ficção mais vendidas sempre podemos observar a existência de temas relativos à história de alguma maneira. Além disso, em diversas mídias, os temas de história têm se manifestado e conquistado grandes audiências. Vejamos a seguir algumas destas manifestações rapidamente.⁸

Os pesquisadores da área de história ainda estão caminhando na compreensão deste fenômeno, mas a popularidade dos temas históricos tem sido cada vez mais temas de debates acadêmicos em busca de explicações e, também, de formas de aproveitamento deste fenômeno para a promoção de conhecimentos históricos. No mercado editorial brasileiro podemos identificar que a comemoração dos quinhentos anos de descobrimento foi um dos pontos iniciais para que se começasse a popularização dos temas de história do Brasil, especialmente com as publicações das obras do jornalista Eduardo Bueno, *A viagem do descobrimento e Naufr-*

⁸ Não vamos analisar, aqui, o cinema, por entendermos que sua grande variedade em linguagens e possibilidades de análise e de produções, extrapolaria os limites deste texto. São inúmeras as referências deste debate entre os historiadores, deixamos uma das que consideramos basilares: FERRO, Marc. "O filme: uma contra análise da sociedade?". In LE GOFF, Jacques e NORA, Pierre. *História: Novos Objetos*. Rio Francisco Alves, 1976.

gos, *traficantes e degredados*, ambos em 1998. Escritas com base na historiografia produzida até então, mas em uma linguagem acessível ao público não especialista, Bueno construiu uma narrativa que se mostrou sucesso editorial e abriu espaço para que outras inúmeras obras do mesmo estilo surgissem.

Os historiadores de profissão, a princípio, rejeitaram tal vulgarização da história que, a seu ver, simplificava demais os processos em nome de uma narrativa que fosse comercialmente atrativa. Selva Guimarães (1993), e outros, entretanto, já haviam alertado para o fato de que, desde meados dos anos 1970, com o desenvolvimento das comunicações de massa, e o incremento no mercado editorial, os conhecimentos históricos vinham sendo trabalhados à revelia do que a universidade pudesse pensar. Levamos alguns anos para superar obstáculos internos e encontrar meios de construir obras de mais fácil acesso ao grande público. Atualmente existem historiadores publicando obras direcionadas a estes, mas mantendo a qualidade do debate historiográfico, o que é essencial para que o texto promova as reflexões históricas pertinentes às inquietações presentes que levam à problematização dos temas tratados nestas obras. Como exemplo mais recente, temos a obra de Lilia Moritz Schwarcz e Heloísa Starling, *Brasil: uma biografia*, um grande sucesso de vendas e que trouxe à baila as questões sobre a identidade nacional de forma crítica sem ser maniqueísta, abordando as consequências dos processos históricos a que estivemos expostos desde as grandes navegações até o final do século XX, com grande relevância para os impactos que a formação de uma sociedade senhorial e escravista têm no nosso cotidiano de desigualdades sociais, políticas e econômicas.

A televisão no Brasil experimentou um grande avanço a partir dos anos 1970, posto que este foi o meio escolhido pelos governantes militares para a promoção da integração nacional. Foram feitas inúmeras concessões e grupos próximos politicamente, se viram favorecidos, criando uma grande rede de estações de TV, especialmente a do Grupo Globo, que passou a ter a hegemonia nas produções. Neste espaço, as telenovelas tiveram papel muito

importante na constituição de um discurso sobre nosso passado e na conformação de uma visão sobre o próprio presente, especialmente na confirmação de papéis sociais ligados à questão racial, quando tratados temas ligados ao passado escravista nacional. Não cabe, aqui, uma análise pormenorizada destas obras, mas é fato que seu sucesso, e recorrência nas produções deste tipo desde então – a “novela de época” – constituíram importante papel na vulgarização dos conhecimentos históricos, mesmo que de forma superficial.

As revistas, estilo magazines, sobre história se multiplicaram nos primeiros anos da década de 2000. Com projetos gráficos bem trabalhados, textos informativos e, ao mesmo tempo, promotores de reflexões, algumas destas revistas se destacaram por apresentarem material produzido por historiadores dispostos a divulgar ao grande público as suas pesquisas. *A Revista de História da Biblioteca Nacional* tem exatamente este caráter e, por anos, vem aguçando as mentes dos leitores com as reflexões historiográficas que mais têm motivado as produções nas pós-graduações do país nos últimos tempos.

Na internet encontramos grande diversidade de produções sobre história. Sites e *blogs* são tantos que fica, aqui, impossível enumerar os principais. O fato de que muito do conhecimento científico passou a ser disponibilizado de maneira gratuita por grupos de pesquisa, programas de pós-graduação e universidades, constitui caso à parte, o qual não nos atentaremos neste texto. Dentro dos nossos objetivos, a produção de programas nos sites do *Youtube* e, ainda, *podcasts* dos mais variados têm mostrado que há um público crescente interessado no consumo deste tipo de produto e temas.

Os chamados *youtubers* são fenômeno muito recente e que ainda merecem estudos mais profundos, entretanto não se pode negar que ganharam muita audiência, à despeito de serem conhecidos nas mídias tradicionais e vários deles fizeram disso uma profissão. Um caso que merece destaque é o do *youtuber* Felipe Castanhari, com seu canal Nostalgia. No começo ele falava somente sobre peças de entretenimento que fizeram parte de sua infância e,

com isso, conquistou público da mesma faixa etária, utilizando-se para isso da linguagem própria da geração, muito mais atraente do que as formas de expressão acadêmicas. Atualmente o canal traz temas variados e, muitos deles, ligados à história com a série intitulada *Nostalgia HISTÓRIA*, que traz apresentações de conteúdos como Segunda Guerra Mundial, Ditadura Militar, Guerra Fria e outros afins. Neste mesmo espectro de atuação, a equipe do grupo Jovem Nerd, citado acima, também aborda temas de história em podcasts e vídeos, nos quais, novamente, os formatos são utilizados e adaptados para a reprodução das ideias e exposição de conteúdos que os seus autores consideram relevantes. Neste grupo, os temas de guerra também fazem muito sucesso, mostrando uma correlação grande entre as diversas mídias que trazem esta questão e como ela vem fascinando os espectadores.

Em suma, podemos perceber que a despeito dos problemas variados que o ensino de história enfrenta, muitos deles vividos por todo o ensino em geral e originários das deficiências estruturais da escola e do sistema escolar, os debates sobre mídia-educação têm avançado, mesmo que em velocidade bastante inferior à maneira como os produtores culturais realizam suas obras nas novas mídias e ajudam a vulgarizar o conhecimento histórico, um tema que, indiscutivelmente, tem gerado muitos *cliks* e *likes*, sinônimos de ganhos financeiros para os envolvidos. Passemos, agora, a analisar a experiência de produção e divulgação de um podcast de história, o *Fronteiras no Tempo*, que é produzido pelos autores deste capítulo, com a finalidade tão somente de problematizar alguns dos pontos que levantamos até aqui.

FRONTEIRAS NO TEMPO: UM PODCAST DE HISTÓRIA.

Nesta parte final vamos analisar como se deu o processo de criação e a administração de um podcast de história, com ênfase nas formas como ele pode ajudar tanto na divulgação científica como na promoção de ações educativas, não no sentido escolar, podendo servir também a diversos públicos que queiram se man-

ter inteirados dos debates historiográficos acerca dos temas tratados. Antes de começar, vale a pena conhecermos outras experiências bem-sucedidas no mundo dos podcasts e que também atual na área da divulgação científica.

O *Fronteiras no Tempo* não é o primeiro e tão pouco será o último *Podcast* que trata em seus episódios de temas exclusivamente históricos. Conforme dissemos há pouco, o interesse crescente de um público amplo pela história é nítido, desde fins do século XX e nas primeiras décadas do século XXI. Isso se manifesta também entre podcasters e ouvintes.

Existe uma gama de programas exclusivos e outros tantos que esporadicamente abordam temas históricos. Em relação aos específicos podemos citar, a título de exemplo, o *Escreva Café, Sobre História, História: Colégio e Vestibular de A a Z, Podcast História Online, Xadrez Verbal, FrontCast*, entre outros.⁹ Já os que trazem episódios ocasionais podemos mencionar o *NerdCast* e o *Scicast*, só para nos atermos a podcasts de grande audiência. Entre os primeiros, cada um tem formato diferente do outro, contudo, esses são produzidos por pessoas formadas em história. Alguns deles trazem em seus episódios estruturas narrativas e dramatizações, ambientando por meio de trilha e efeitos sonoros a história que está sendo contada – nesse item destaca-se o *Escreva Café*. No caso do *História: Colégio e Vestibular de A a Z*, ele traz episódios bem curtos (entre 1 a 3 minutos de duração) no qual o tema tratado é voltado diretamente como uma forma de reforço e problematização de conceitos históricos e é direcionado aos estudantes que pretendem realizar o Exame Nacional do Ensino Médio, o ENEM.

Quanto aos outros dois mencionados – *NerdCast* e *Scicast* –, o primeiro traz um bate papo muito irreverente entre os participantes, que são entusiastas da história e conta apenas com um parti-

9 Se expandirmos a busca por podcasts produzidos em outros idiomas e países, podemos mencionar os espanhóis *Ágora Historia* e o *Ser Historia* e em língua inglesa *History Podcast, History Hour*, ambos produzidos pela BBC Radio da Inglaterra. Temos também o *History Vikings* do History Channel. Interessante observar que existe uma gama imensa de podcasts em inglês e espanhol que superam largamente em número os produzidos em português. Muitos deles estão vinculados às emissoras de rádio ou redes de comunicação.

cipante formado em história.¹⁰ Porém, esse participante passou a fazer parte do *Nerdcast* a pouco mais de um ano e nas dezenas de episódios sobre história produzidos anteriormente, nem sempre ocorreu a preocupação com reflexões mais aprofundadas e alguns estereótipos como “Idade Média = Idade das Trevas” foram reproduzidos. Entretanto, esses deslizos são apenas detalhes comparados à forma como eles conseguem despertar o interesse de um público muito amplo e diversificado para temáticas relacionadas ao passado humano. Já o *Sciscat, Podcast* dedicado à divulgação científica de forma qualificada profissionalmente, traz em seu elenco um grupo de historiadores que baseiam seus comentários e falas em materiais produzidos pela historiografia de forma cuidadosa. Inclusive, na publicação de cada episódio os produtores disponibilizam referências (livros, artigos, sites institucionais, etc.) para os ouvintes que se interessem em se aprofundar no assunto abordado.

Sobre a experiência na produção de um podcast que trata de História, devemos começar chamando atenção para uma característica comum entre os produtores de podcasts: a maioria deles era, antes de tudo de ser um podcast, ouvinte de um ou mais programas. Isso não foi diferente para nós. A criação do podcast nasceu quando notamos a possibilidade de poder falar para um público interessado, somada à percepção da necessidade de que o conhecimento produzido por profissionais da área ultrapassasse os muros da academia de forma acessível e palatável para pessoas que optaram por outros caminhos de formação e, até mesmo, aos jovens que estão iniciando seus estudos em história, tanto no ensino superior quanto na educação básica de nível médio.

A casa oficial do Podcast é a página da internet homônima, cujo domínio foi registrado como www.fronteirasnotempo.com. Retomando o que foi dito no parágrafo anterior, o visitante ao entrar no site pode acessar o link “sobre”, no qual encontrará a missão do site/podcast com os seguintes dizeres:

10 Filipe Figueiredo, graduado em História, é também um dos produtores do podcast *Xadrez Verbal* (dedicado a História e Política Internacional). Figueiredo, desde 2016, também apresenta o *Nerdologia de História*, programa produzido no Youtube com duração média de 8 minutos abordando temas históricos variados. O Canal *Nerdologia* faz parte da empresa *Jovem Nerd*.

Fronteiras no Tempo é um podcast de História. Mensalmente os historiadores “C. A.” e “Beraba” conversam sobre temas relacionados ao passado humano. A intenção é aproximar o público que gosta de História com a maneira como o conhecimento histórico é pensado e construído. Isso tudo de forma leve e descontraída.

Conversamos desde assuntos mais gerais como também abordamos temas específicos (SILVA; SILVA, 2014).

Inicialmente chamamos a atenção para a seguinte trecho da frase: “os historiadores ‘C. A.’ e ‘Beraba’ conversam...”. Optamos, com objetivo de obter maior aproximação com o público, por seguir o padrão adotado entre os podcasters brasileiros, que geralmente utilizam-se de apelidos para comporem suas “personas” públicas na podosfera. Acreditamos que recuperar os apelidos com os quais nos chamávamos na virada do século XX para o século XXI – período no qual estávamos na graduação – cria o tom de informalidade necessário para garantir um diálogo, o que poderia ser diferente se nos chamássemos de professores doutores, por exemplo, ou utilizássemos uma linguagem demasiadamente técnica e formal no tratamento entre nós e, mais do que isso, na abordagem dos temas dos episódios. Por isso ressaltamos em nossa missão “Isso tudo de forma leve e descontraída”.

O Podcast *Fronteiras no Tempo* teve sua estreia oficial no dia 31 de julho de 2014, com o lançamento da primeira parte do primeiro episódio que tratou sobre 2ª Guerra Mundial. O podcast conta na maior parte dos episódios publicados até aqui com a participação de nós dois apenas. Por mera informação, este episódio foi gravado no ano de 2010 e apenas 4 anos depois que ele foi publicado. Um dos motivos deste longo período sem ação efetiva foi a dificuldade encontrada no processo de edição, pois ambos não possuíam nenhuma experiência nesta área. Por falar em edição, é bom que o leitor saiba que este é o processo mais difícil na produção de um Podcast.¹¹ A primeira gravação gerou um material

11 A partir do episódio 12 o Fronteiras no Tempo passou a contar com o serviço da Talk'n Cast, empresa especializada na edição de Podcasts.

bruto de aproximadamente 6 horas de duração,¹² com microfones extremamente simples e, sobretudo, pouco traquejo na linguagem exigida pela mídia. Para que o produto final fique palatável é necessário que todos os defeitos como ruídos externos, chiados, respirações em volume alto, vícios de linguagem, gaguejadas, entre outros, sejam cortados e tratados. A partir daí, é necessário que uma narrativa coerente e com bom ritmo seja construída para só então serem inseridos a trilha e os efeitos sonoros.

Quanto a escolha do tema de estreia do podcast, não é difícil de imaginar os primeiros motivos: a Segunda Guerra Mundial ocupa grande espaço tanto no imaginário e nos meios de comunicação e entretenimento de massa, além das publicações de história voltadas ao grande público, como os magazines que mencionamos anteriormente. Contudo, a proposta do episódio, dividido em duas partes, devido à sua extensão,¹³ foi a de iniciar problematizando o tema “Guerra”, ao nos debruçarmos e conversarmos sobre o porquê desse tema chamar tanta atenção do grande público. A partir daí passamos a tratar diretamente do tema central ao construir uma narrativa informal que mesclava informações sobre as etapas do conflito bélico, bem como a problematização histórica do evento. A última parte da conversa versou sobre cinema e história, especialmente a forma e em quais produções a 2ª Guerra Mundial foi apresentada na forma de entretenimento e arte.

A partir do episódio de estreia passamos a tratar de temas mais gerais, espécies de “ensaios históricos”, sobre questões que envolvem desde a escrita da história propriamente dita como também promovemos reflexões sobre gênero, racismo e criminalidade todos mantendo esse caráter ensaístico. A intenção de promover uma educação histórica por meio da historicidade de elementos importantes de nossa vida no presente não é apenas clara para os leitores profissionais deste texto, mas também foram deixadas as claras no produto final levado ao público ouvinte. Se um dos objetivos do ensino de história na educação básica é desenvolver as

12 Atualmente, a gravação do material bruto dura em média 2h30min por episódio.

13 1ª parte – duração 1h58min; 2ª Parte – duração 2h11min. Excetuando-se esses primeiros episódios, a duração média dos outros é de 1h40min.

habilidades que levem a consolidação da competência chamada de “pensamento histórico”, o *Fronteiras no Tempo* e outros podcasts de história se prestam a esse papel.

Cabe aqui um diálogo com uma reflexão da historiadora Maria Lúcia Pallares-Burke, em estudo sobre a imprensa no século XIX que também pode nos levar ao estabelecimento de paralelos. Pallares-Burke chamou a atenção dos historiadores da educação para as fontes de aprendizado disponibilizadas e criadas em uma sociedade, na qual observa que:

não obstante a crescente importância de instituições formais de educação na transmissão cultural de uma geração à outra, agências mais diversificadas e informais também podem estar envolvidas em tal processo. Romances, jornais, revistas, sermões, teatro, pinturas, etc. tem tido sempre sua quota de participação no processo educacional e podem, pois, ter muito a dizer sobre o modo complexo pelo qual as culturas são produzidas, mantidas e transformadas (PALLARES-BURKE, 1998, p.145).

Como se vê, podemos facilmente substituir, ou melhor, acrescentar o podcast “entre” os sermões, revistas, teatro, etc., no que toca ao desenvolvimento de uma educação histórica, que, sobretudo, por causa das novas tecnologias de informação não está mais restrita ao espaço formal de ensino, a escola. Contudo, o *Fronteiras no Tempo*, como dito, procura sempre “aproximar o público que gosta de História com a maneira como o conhecimento histórico é pensado e construído”, ou seja, não se trata apenas de produzir uma narrativa escolar tradicional ou apelar ao entretenimento vazio sem problematização, mas de promover sempre uma reflexão e abrir espaços para a discussão por meio da interação com o público ouvinte. Claro que o podcast não é um substituto para o ensino formal, longe disso, mas ele faz parte das “fontes diversificadas e informais” que estão envolvidos no processo de educação.

Voltando as temáticas abordadas, obviamente que a História do Brasil também se fez presente em temas específicos como o processo de Independência do Brasil e a Guerra de Canudos. As escolhas dos temas também se relacionaram a demandas do pú-

blico ouvinte e outros tiveram relação direta com períodos de reflexão e revisão da memória, como os 80 anos do início da Guerra Civil Espanhola.

Ainda acerca dos episódios vale aqui a menção integral dos temas que foram abordados no *Fronteiras no Tempo* até o processo de escrita deste texto:

Lista de Episódios

Episódio 1 – 2ª Guerra Mundial – 1ª Parte

Episódio 1 – 2ª Guerra Mundial – 2ª Parte

Episódio 2 – Por que conhecer a História?

Episódio 3 – Crime e Castigo na História

Episódio 4 – Raça e Racismo no Brasil

Episódio 4.5 – Fim de Ano 2014

Episódio 5 – Ficção e História: Uma história de amor e fúria

Episódio 6 – Revolução Industrial

Episódio 7 – Mundo do Trabalho

Episódio 8 – Guerra de Canudos

Episódio 9 – Independência do Brasil

Episódio 10 – Mulheres, Gênero e História

Episódio 11 – Incas e Lino Galindo

Episódio 12 – Fascismo

Episódio 13 – Guerra Civil Espanhola

Episódio 14 – Partilha da África

Episódio 15 – História e Cultura Pop

Episódio 16 – O que está acontecendo com o mundo hoje?

Episódio 17 – História Medieval

Episódio 18 – Grandes Navegações

Contudo, o podcast não se caracteriza apenas pelo conteúdo em áudio – claro que este é o elemento principal –, mas existe também um apelo visual nas imagens de apresentação dos episódios que são chamadas de vitrine. Ela apresenta a temática e marca também a identidade visual do Podcast. A principal forma de divulgação para angariar novos ouvintes e criar laços com os que já conhecem o podcast é por meio das redes sociais. *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Whatsapp*, *Telegram*, são espaços mais usados para a publicidade dos podcasts. Neste sentido, as vitrines também têm papel fundamental, pois ela é a forma como muitos

tomarão conhecimento do produto oferecido.

As vitrines do *Fronteiras no Tempo* são produzidas pelo estudante do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Santos, Augusto Carvalho. Uma das estratégias é utilizar elementos que apresentem o conceito central abordado no episódio, bem como algum tópico comentado e, até mesmo, algo dito de forma bem descontraída e que acaba levando os ouvintes ao riso. Algumas destas produções e os elementos mencionados podem ser conferidos na Figura 1.

FIGURA 1 - ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO E LINGUAGEM DAS VITRINES





FONTE: Fronteiras no Tempo.

Os podcasts são produções que a cada ano ganham cada vez mais espaço e angariam novos ouvintes. Eles possibilitam a produção de conteúdo de forma livre e, mais do que isso, no caso da história também abrem espaço para que profissionais da área se aproximem de um público não habitual ao qual está acostumado em seus ambientes profissionais tradicionais. Uma excelente forma de falar, ser ouvido e ouvir o retorno dos ouvintes por e-mail, whatsapp, facebook e outras redes sociais. O Podcast é o espaço que permite a ampliação da divulgação e da educação histórica. Os custos para a produção e publicidade não são altos para quem está no início e podem ser até gratuitos em alguns casos e, pelo que sabemos até aqui, não existem Podcasts que precisam ser pagos para serem ouvidos, o que torna essa mídia democrática para os públicos envolvidos. O *Fronteiras no Tempo* é nossa tentativa de contribuir nesse processo.

REFERÊNCIAS

BARONI, Larissa Leiros; PADRÃO, Márcio. **Já curte os podcasts?** UOL TAB. 2016. Disponível em: <<http://ww.uol/noticias/especiais/podcasts.htm#ja-curte-os-podcasts>>. Acesso em 15 de dezembro de 2016.

BÉVORT, Evelyne; BELLONI, Maria Luiza. **Mídia-educação: conceitos, história e perspectivas.** Ed. Soc. Campinas, vol. 30, n. 109, pp. 1081-1102, set/dez 2009. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/es/v30n109/v30n109a08.pdf>>. Acesso em fevereiro de 2017.

BRANDÃO, Zaia (org.). **Crise dos Paradigmas e a Educação.** 4ª ed. São Paulo: Cortez, 1994.

BURKE, Peter; BRIGGS, Asa. **História social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

CAPELAS, Bruno. Brasil chega a 168 milhões de smartphones em uso. **O Estado de São Paulo**, edição online, 14 de abr., 2016. Disponível em: <<http://link.estadao.com.br/noticias/gadget,brasil-chega-a-168-milhoes-de-smartphones-em-uso,10000047873>>. Acesso em março de 2017.

DUARTE, Pedro. Podcast Brasil. **Revista Superinteressante**, 2016. Disponível em: <<http://super.abril.com.br/cultura/podcast-brasil/>>. Acesso em 10 de março de 2017.

ESCRIBA CAFÉ [homepage], 2017. <<http://escribacafe.com/>>. Acesso em 5 de abril de 2017.

FONSECA, Thaís Nívia de Lima. História e ensino de História. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

FONSECA, Selva Guimarães. **Caminhos da história ensinada**. Campinas, SP: Papirus, 1993.

FREIRE, Paulo. **Pedagogia da Autonomia**. 25ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.

FRONTEIRAS DA CIÊNCIA [homepage], 2017. <<http://www.ufrgs.br/frontdaciencia/>>. Acesso em 21 de abril de 2017.

ITUNES CHARTS [homepage], 2017. <<http://www.itunescharts.net/bra/charts/podcasts/2017/04/21>>. Acesso em 21 de abril de 2017.

LEVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. São Paulo: ed. 34, 2002.

LUIZ, Lucio; ASSIS, Pablo de. O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. **ANAIS do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, Caxias do Sul, 2010.

MÉDIA KIT. Site Jovem Nerd: <http://ftpi.me/m_2016/JN_MK.pdf>. Acesso em 20 de dezembro de 2016.

MUNDO PODCAST [homepage], 2017. <<http://mundopodcast.com.br/teiacast/>>. Acesso em 10 de fevereiro de 2017.

PALLARES-BURKE, Maria Lucia Garcia. A imprensa periódica como uma

empresa educativa no século XIX. **Cadernos de Pesquisa**, FGV, n.104, p.144-161, jul., 1998, p.145.

PINSKY J; PINSKY, C. B. O que e como ensinar: por uma história prazerosa e consequente. In: KARNAL, Leandro (Org.). **História na sala de aula: conceitos, práticas e propostas**. São Paulo: Contexto, 2009.

RÜSEN, J. **Razão histórica: teoria da história: fundamentos da ciência histórica**. Brasília: Ed. UnB, 2001.

SILVA, Cesar Agenor F. da Silva; SILVA, Marcelo Souza. **Fronteiras no Tempo**. [homepage]. 2014. Disponível em: <<http://fronteirasnotempo.com>>. Acesso em 10 de março de 2017.

TEIA CAST [homepage], 2017. Disponível em: <<https://mundopodcast.com.br/teiacast/>>. Acesso em 10 de março de 2017.