

Pedagogia Da Comunicação E Formação De Educomunicadores: Mobilização Dos Fundamentos De Mario Kaplún No Projeto “Educomcast: Produção Radiofônica Universitária E Educação Popular”

Pedagogía De La Comunicación Y Formación De Educocomunicadores: Movilizando Los Fundamentos De Mario Kaplun En “Educomcast: Producción Radiovisual Universitaria Y Educación Popular”

Pedagogy Of Communication And Training Of Educommunicators: Mobilization Of Mario Kaplún's Fundamentals In The Project “Educomcast: University Radio Production And Popular Education”

Tacia Rocha; Rodrigo Cabrini Dall’Ago; Blake Oliver Furquim de Camargo

Resumo

Este artigo explora a produção de rádio comunitária inspirada no educador argentino Mario Kaplún. Tal abordagem compreende o rádio como instrumento de serviço social, cidadania e transformação, valorizando a

>> **Informações adicionais:** artigo submetido em: 30/06/2025 aceito em: 10/08/2025.

>> Como citar este texto:

ROCHA, Tacia; DALL’AGO, Rodrigo Cabrini; CAMARGO, Blake Oliver Furquim de. Pedagogia Da Comunicação E Formação De Educomunicadores: Mobilização Dos Fundamentos De Mario Kaplún No Projeto “Educomcast: Produção Radiofônica Universitária E Educação Popular”. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 16, n. 02, p. 59-83, mai./ago. 2025.

Sobre a autoria

Tacia Rocha

tacia.rocha.f@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-1147-0158>

Doutora e Mestra em Letras pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Doutoranda em Comunicação pela Universidade Estadual Paulista (UNESP).

Rodrigo Cabrini Dall’Ago

rcdallago@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-2027-5813>

Mestrando em Letras pelo

Programa de Pós-graduação em Letras da Universidade Estadual de Maringá (Ple/Uem).

Blake Oliver Furquim de

Camargo

blakeocamargo@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-1015-3567>

Licenciado em Português/Inglês (2020), bacharel em Tradução (2021) e Mestrando em Estudos Linguísticos pela Universidade Estadual de Maringá (UEM). Docente no Centro Universitário Cidade Verde (UniCV).

dignidade, a autonomia e os saberes coletivos. O objetivo é apresentar uma proposta de extensão universitária voltada a estudantes do ensino superior de cursos de comunicação social, formulada à luz dos preceitos da “pedagogia da comunicação” de Kaplún (1998), visando à criação de “alternativas midiáticas” que promovam reflexão crítica, conscientização e participação ativa do público. A metodologia inclui pesquisa bibliográfica dos fundamentos da pedagogia da comunicação, rádio e dialogicidade universitária em extensão. Como resultado, propõe-se o projeto extensionista EducomCast: produção radiofônica universitária e educação popular, visando incluir a comunidade desde o início do processo comunicacional. A proposta é detalhada em slides para ser transposta na prática docente.

Palavras-chave: Educomunicação; Rádio comunitária; Rede de podcast; extensão universitária; Produção radiofônica.

Abstract

This article explores the production of community radio inspired by Argentine edumunicator Mario Kaplún. This approach understands radio as an instrument of social service, citizenship and transformation, valuing dignity, autonomy and collective knowledge. The objective is to present a proposal for university extension aimed at higher education students in Social Communication courses, formulated in light of the precepts of Kaplún's “pedagogy of communication” (1998), aiming at the creation of “media alternatives” that promote critical reflection, awareness and active participation of the public. The methodology includes bibliographic research on the foundations of communication pedagogy, radio and university dialogicity in extension. As a result, propose the extension project EducomCast: university radio production and popular education, aiming at including the community from the beginning of the communication process. The proposal is detailed in slides for implementation into teaching practice.

Keywords: Educommunication; Community radio; Podcast network; University extension; Radio production.

Resumen

Este artículo explora la producción de radio comunitaria inspirada en el edumunicador argentino Mario Kaplún. Este enfoque entiende la radio como un instrumento de servicio social, ciudadanía y transformación, que valora la dignidad, la autonomía y el

conocimiento colectivo. El objetivo es presentar una propuesta de extensión universitaria dirigida a estudiantes de educación superior de Comunicación Social, formulada a la luz de los preceptos de la “pedagogía de la comunicación” de Kaplún (1998), con el objetivo de crear “alternativas mediáticas” que promuevan la reflexión crítica, la concientización y la participación activa del público. La metodología incluye investigación bibliográfica sobre los fundamentos de la pedagogía de la comunicación, la radio y la dialogicidad universitaria en la extensión. Como resultado, se propone el proyecto de extensión EducomCast: producción radial universitaria y educación popular, con el objetivo de incluir a la comunidad desde el inicio del proceso comunicativo. La propuesta se detalla en diapositivas para su implementación en la práctica docente..

Palabras clave: Educomunicación; Radio comunitaria; Red de podcast; Extensión universitaria; Producción radial.

Mediações iniciais

A educação para a recepção crítica dos produtos midiáticos é reconhecida internacionalmente como *Media Education*. Nesta pesquisa, resgatamos as bases da *Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa* — ou simplesmente *Comunicação Popular*, definida como um segmento comunicacional e uma subárea do campo da Comunicação (PERUZZO, 2023, p. 25) — que hoje reverbera nas mídias alternativas contemporâneas. Para tanto, recuperamos a sistematização e a “manualização” dessas bases realizadas por Kaplún (1998) e sua postura pioneira no livro “Produção de Programas de Rádio: do roteiro à direção” (KAPLÚN, 2017).

O objetivo do movimento teórico-metodológico citado no parágrafo anterior é apresentar uma proposta de extensão universitária, voltada a estudantes do ensino superior de cursos de comunicação social, formulada à luz dos preceitos da “pedagogia da comunicação” de Mario Kaplún (1998), visando a criação de “alternativas midiáticas” que promovam reflexão crítica, conscientização e participação ativa do público.

Considerando a importância de conhecer os fundamentos da comunicação dialógica — aplicáveis a todos os meios de comunicação (KAPLÚN,

1998) — o projeto de extensão intitulado *EducomCast: produção radiofônica universitária e educação popular*, elaborado para estudantes dos cursos de Publicidade e Propaganda e Comunicação e Multimeios, tem como finalidade incluir a comunidade desde o início do processo comunicativo (KAPLÚN, 2017, p. 114). Para isso, propõe-se a criação de uma rede de *podcasts* e de programas piloto de cinco minutos, produzido individualmente por cada integrante do grupo, com base nas “necessidades e aspirações” da comunidade escolhida, de modo que os programas reflitam a vida dessas pessoas. Sob essa perspectiva, a principal função do comunicador é “recolher as experiências da comunidade, estruturar e organizar estas experiências em forma de emissão radiofônica e, assim estruturadas, devolvê-las à comunidade, de modo que esta possa analisá-las, tomar consciência e refletir sobre elas” (KAPLÚN, 2017, p. 114).

Ressaltamos que o projeto em questão responde à necessidade de inclusão de atividades de extensão pelas universidades nas disciplinas e demais componentes curriculares previstos nos projetos político-pedagógicos dos cursos de graduação. Trata-se do cumprimento da exigência de que pelo menos 10% da carga horária total dos cursos seja composta por atividades de extensão, conforme estabelecido na Meta 12 da Estratégia 12.7 do Plano Nacional de Educação (BRASIL, 2014) e na Resolução CNE/CES nº 7/2018 (BRASIL, 2018). A tarefa incumbida às universidades é implementar a curricularização da extensão, prevendo em suas matrizes curriculares disciplinas específicas ou a inserção de carga horária destinada a atividades avaliativas extensionistas.

Diante de tal necessidade, este artigo articula a pesquisa bibliográfica dos preceitos teórico-metodológicos supramencionados à criação do projeto de extensão. O resultado dessa junção é organizado da seguinte forma: na presente seção, apresentamos contextualização do tema, objetivo geral, metodologia e projeto de extensão; nas demais, cumprimos objetivos específicos: na segunda, problematizamos a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão, tripé que orienta a missão das universidades; na sequência, expomos os princípios norteadores da pedagogia da comunicação, sistematizados por Kaplún (1998);

ao prosseguir, analisamos o modelo que sustenta práticas comunicacionais dialógicas, participativas e horizontais no rádio; na quinta seção, demonstramos como a comunicação educomunicativa pode ser implementada em projeto de extensão universitária; por fim, fazemos uma síntese dos principais aprendizados, lacunas da presente pesquisa e indicações para possível continuidade.

Extensão universitária como ação dialógica e socialmente referenciada

Neste tópico, problematizamos a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão no contexto universitário brasileiro, com ênfase na superação da lógica assistencialista da extensão por meio de práticas socialmente referenciadas, como o projeto de extensão de produção radiofônica e educomunicativa que é objeto deste artigo. Tal objetivo se justifica porque na história das universidades brasileiras, sobretudo aquelas fundadas a partir do início do século XX, adotam-se três principais missões: ensino, pesquisa e extensão. Apesar desse tripé ter sido abalado na década de 1960, manteve uma notável continuidade ao longo da história. A extensão foi traduzida ao longo do século XX, como prestação de serviços à comunidade externa à Instituição de Ensino Superior (IES).

A lógica de cunho assistencialista da extensão universitária origina-se de uma postura elitista das universidades brasileiras, como argumenta o professor doutor Raul Borges Guimarães (2023), titular do Departamento de Geografia e pró-reitor de Extensão Universitária e Cultura (PROEC), da Universidade Estadual Paulista (UNESP): “Estamos falando de um país profundamente desigual por questões étnicas, de gênero e classes sociais, que tem uma universidade muito conservadora, muito elitista. Uma universidade antropocêntrica, branca, masculina”. Gurgel (1986), Pinto (1986) e Chauí (1995) corroboram com esta noção identitária da universidade brasileira com as classes dominantes e com a formação de quadros de profissionais responsáveis pela manutenção do *status*

quo, servindo, portanto, como instrumento ideológico (ALTHUSSER, 2001), responsável pela preservação de interesses de grupos hegemônicos (MAGALHÃES, 2007, p. 169).

Em razão da exclusão resultante do modelo supramencionado, um novo projeto de universidade surgiu com o movimento de redemocratização do país nos anos 1980. No artigo 207 da Constituição de 1988 aparece como princípio fundamental: a “indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão” (BRASIL, 1988). Tal noção sugere que não existe a extensão dissociada do ensino, nem ambos da pesquisa. Também, não é possível trabalhar conteúdo na sala de aula desconexo da realidade. As pesquisas produzidas em programas de iniciação científica e de pós-graduação devem dialogar com a sociedade.

Do ponto de vista do compromisso da universidade com o desenvolvimento socialmente referenciado, a Constituição de 1988 significa um avanço. Isso porque, se consideramos que não há como a universidade interferir na comunidade se ela não for capaz de dialogar com as necessidades da região em que está inserida, e isso só se faz através da pesquisa, da extensão e do ensino contextualizados (MAGALHÃES, 2007, p. 169). Além disso, está embutido no artigo 207 que a universidade deve ser para todos(as), assim como plural e universal (BRASIL, 1988).

No bojo das discussões sobre a indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão é que se assenta o projeto *EducomCast: produção radiofônica universitária e educação popular*. Elaborado a partir da metodologia da pedagogia da comunicação de Kaplún (1998; 2017), ele foca na transformação social e na participação ativa da comunidade, levando o processo de comunicação além da mera transmissão de informações. Tal perspectiva teórica valoriza o desenvolvimento de processos de reflexão, de modo a ajudar o ouvinte a tomar consciência da realidade e a estimular a inteligência e o raciocínio. Na próxima seção, apresentamos os três modelos de educação e de comunicação — conteudista, persuasivo e participativo — evidenciando suas bases teóricas, modos de interação e implicações para a formação crítica dos sujeitos.

Do conteúdo ao processo: três modelos educativos e comunicativos na perspectiva de Kaplún

O objetivo desta seção é expor como Kaplún (1998) articula os princípios gerais das teorias da comunicação a outros princípios que podem servir à comunicação educativa. O resultado dessa conexão é o que ele chamou de “pedagogia da comunicação” na sua obra seminal, *Una pedagogía de la comunicación* (1998). O autor defende que a comunicação educativa objetiva a reflexão crítica por parte de seus interlocutores, bem como a conscientização da própria realidade.

Para estabelecer a interface entre a comunicação e a educação, Kaplún (1998) explica que para cada prática comunicativa está subjacente um tipo de educação, organizado por Díaz Bordenave em três modelos e em dois eixos. Tal categorização foi anunciada em *Las Nuevas Pedagogías y Tecnología de Comunicación*, conferência apresentada na Reunião de Consulta sobre a Investigação para o Desenvolvimento Rural na América Latina, em Cali, em 1976 (KAPLÚN, 1998, p. 16). Cada um deles coloca ênfase em um objeto distinto, ou seja, acentua ou dá prioridade ao respectivo aspecto: conteúdo, efeitos e processo (KAPLÚN, 1998, p. 16):

No primeiro eixo estão os modelos exógenos, em que a concepção de educação é organizada de fora do/a educando/a, pois este é apenas objeto da educação. São eles: a) educação que enfatiza o *conteúdo*; b) educação que enfatiza os *efeitos*;

No segundo está o modelo endógeno, no qual a concepção de educação parte do/a educando/a, considerado/a sujeito da educação: c) educação que enfatiza o *processo*.

Retomando os modelos, o primeiro é aquele em que a educação enfatiza o conteúdo, isto é, baseado na transmissão de informação e centrada no/a professor/a, assim como na comunicação conteudista, em que o objetivo é a transmissão de informação. Como fruto da “pedagogia tradicional”, designada

por Paulo Freire (1983) de educação bancária, o emissor detém uma postura de autoridade frente ao/a receptor/a, um dos motivos de não existir diálogo, assim como a seleção de conteúdos escolhidos não considera os saberes do/a interlocutor/a, tampouco é capaz de produzir uma consciência crítica (KAPLÚN, 1998). A comunicação é monológica, autoritária, vertical e unidirecional, funciona a partir da lógica colonial legada aos latino-americanos da “cultura do silêncio”. Inspirados em Freire (1983), podemos resumir o modelo de comunicação bancária com os elementos: *emissor* > *mensagem* > *receptor* (KAPLÚN, 1998).

O segundo modelo é o da educação que enfatiza os efeitos, erigido a partir do pressuposto da neutralidade científica e os princípios de racionalidade, eficiência e produtividade - a “pedagogia tecnicista” (SAVIANI, 2008). A exemplo da educação persuasiva existe a comunicação persuasiva, modelo clássico de comunicação, presente nos manuais técnicos e na prática comunicativa. Foi estabelecido a partir da articulação da teorias funcionalistas, ou seja, um paradigma voltado “para a ação, para orientar a intervenção social, desde as campanhas publicitárias à ação política, à produção jornalística ou à mudança das práticas agrícolas” (KAPLÚN, 2019, p. 69).

Na perspectiva dos efeitos, o/a comunicador/a é uma espécie de arquiteto/a do comportamento humano e sua função é persuadir o/a receptor/a a adotar determinadas formas de pensar, de sentir e de agir. Nesse modelo, existe um/a emissor/a (E) que envia uma mensagem (m) a um/a receptor/a (R) que continua reduzido a um papel secundário, só que agora aparece uma resposta no processo de comunicação, o *feedback* (r), coletado pelo remetente. Podemos resumir o modelo de comunicação persuasiva com os elementos: *emissor* > *mensagem* > *receptor* > *feedback* > *emissor* (KAPLÚN, 1998).

Por fim, o terceiro modelo é o da educação que enfatiza o processo, centrado na pessoa, o paradigma pedagógico defendido por Paulo Freire conhecido como “Escola Nova Popular”, contemporânea da “pedagogia tecnicista”. A comunicação desenvolvida a partir dessa pedagogia recebeu denominações como: “dialógica, comunicação horizontal, educativa,

participativa, alternativa ou comunitária” (PERUZZO, 2023, p. 25). Nesse modelo de comunicação estudado pela vertente “alternativismo” dos Estudos da Comunicação na América Latina (KAPLÚN, 2019), a finalidade da comunicação é responder a uma necessidade de um grupo de receptores/as. Caso esta preocupação não surja no grupo, a primeira tarefa do/a comunicador/a é despertá-la por meio de uma problematização. A comunicação deve contemplar as visões de mundo do/a receptor/a e, ao mesmo tempo, problematizá-las de modo a estabelecer diálogo por meio dos códigos linguísticos dominados para quem é dirigida, preocupando-se com a partilha e reciprocidade entre os “emirecs”. Podemos resumir esse modelo de comunicação com os elementos: *emirec A <> emirec B*, cuja troca de mensagens ocorre em um ciclo bidirecional e permanente (KAPLÚN, 1998).

Isso posto, a comunicação comunitária está vinculada à vertente da comunicação “alternativa”. Em outras palavras, trata-se de uma categoria relativa que “busca a liberdade de expressão por meio de canais de comunicação próprios”, sejam eles analógicos e/ou digitais, em contraposição à mídia hegemônica, majoritariamente controlada pelo “grande capital econômico e pelos governos” (PERUZZO, 2023, p. 25). Os processos comunicacionais são constituídos nas próprias comunidades, sendo a proximidade um fator que possibilita a participação ativa, com o objetivo de atender aos interesses coletivos e fortalecer a luta por direitos.

Tais iniciativas não têm fins lucrativos e vão além dos canais formais, incluindo a “comunicação direta face a face, interpessoal, grupal, a coordenação de ações, a mobilização e a ação coletiva” (PERUZZO, 2023, p. 25). Consideramos conveniente, para os fins deste recorte de pesquisa, seguir a recomendação de Kaplún (2019, p. 74) em adotar a expressão “alternativas midiáticas” em vez de “mídias alternativas”, por se tratar de um termo mais amplo, que abrange “tanto os meios de comunicação quanto os produtores de conteúdos que não possuem meios próprios e utilizam ou dependem de terceiros para a sua difusão”. Na próxima seção, analisamos o rádio com base na perspectiva pedagógica

proposta por Kaplún (2017), compreendendo-o como linguagem comunicacional e prática cultural com potencial formativo, em diálogo com o modelo de comunicação como processo ou dialógica.

Para além da antena: o rádio como prática pedagógica dialógica

Historicamente, o rádio foi definido como uma forma de transmitir mensagens sonoras por meio de ondas eletromagnéticas, à distância e para audiências numerosas. No entanto, o rádio não é um meio de comunicação estritamente relacionado à tecnologia como foi originalmente usado por profissionais e propagado em dicionários de comunicação e manuais didáticos (FERRARETTO, 2014, p. 16). No século XXI, a transmissão dos conteúdos radiofônicos em tempo real passou a ser feita também pela internet, por meio de arquivos de áudio. Com isso, os teóricos começaram a adotar a noção de rádio como instituição social ou criação cultural, com leis próprias e linguagem específica (FERRARETTO, 2014, p. 17).

Nesse sentido, o termo “rádio” foi expandido e atualmente compreende duas definições: rádio de antena ou hertziano e rádio *on-line* (FERRARETTO, 2014, p. 19). O primeiro corresponde às formas tradicionais de transmissão de mensagens por ondas eletromagnéticas. Já o segundo engloba todas as emissoras que operam na internet, dissociadas da posse de uma emissora de antena, além de produtores independentes. Assim, o rádio *on-line* pode ser classificado como: rádio *na web*, que possui estações hertzianas e transmite o conteúdo por meio da internet; *web rádio*, emissora que transmite o conteúdo exclusivamente na rede mundial de computadores; práticas como *podcasting* e outras similares, nas quais difundem-se via rede os arquivos em áudio e com linguagem radiofônica - os *podcasts* (FERRARETTO, 2014, p. 19).

Com efeito, é importante salientar que o rádio é uma linguagem comunicacional específica que compreende voz, música, efeitos sonoros e silêncio. A voz compreende a linguagem falada, a palavra, ao passo que coexiste com o silêncio. A música é a linguagem das sensações, enquanto que os efeitos

sonoros são os ruídos, que correspondem à linguagem das coisas. “O comunicador deve combinar esses recursos expressivos ao longo de cada emissão ou programa” (ORTIZ; MARCHAMALO, 2005, p. 20). A expressividade radiofônica utiliza de repetição e “apelos diretos” para “captar e manter o interesse da audiência”, bem como conseguir a permanência por meio de “apelações emotivas” (ORTIZ; MARCHAMALO, 2005, p. 20).

Isso posto, o objetivo deste segmento textual é discutir a concepção do rádio como ferramenta educativa e de transformação social a partir da pedagogia da comunicação de Mario Kaplún (1923-1998), destacando seu potencial dialógico, formativo e comunitário. O argentino é considerado pioneiro e grande nome dos estudos sobre rádio na América Latina na segunda metade do século XX. Radialista, professor, pesquisador e escritor, com atuação profissional no Uruguai e na Venezuela, Kaplún foi um destaque em autoria latino-americana, tendo cursado magistério e desenvolvido uma sólida trajetória no campo da comunicação. Sua obra *Producción de Programas de Radio: el guión, la realización*, lançada em junho de 1978, tornou-se um marco na produção científica latino-americana sobre rádio. No livro, Kaplún sistematiza e teoriza práticas radiofônicas que, até então, circulavam majoritariamente de forma oral, no cotidiano das emissoras. Com isso, o rádio conquista um novo *status* no âmbito dos estudos acadêmicos em Comunicação, consolidando-se como objeto de reflexão teórica.

Kaplún (2017, p. 20) parte da concepção tradicional, que atribui ao rádio três funções - informar, educar e entreter - para propor uma mudança de perspectiva sobre o meio. Ele questiona a rigidez dessa categorização, que tende a separar os programas em blocos isolados (informativos, educativos e de entretenimento), como se essas funções não se cruzassem no fazer comunicativo. Para o autor, deve-se compreender que o conteúdo radiofônico, independente de seu formato, carrega potencial educativo, transmite valores e influencia comportamentos, reconhecendo, portanto, o ato de comunicar como uma prática educativa.

À luz desta concepção da educação como processo permanente, a clássica divisão das programações de rádio, que separa a dimensão educativa da dimensão de entretenimento como independentes e quase como opostas, começa a revelar o que ela tem de relativa e duvidosa. Na realidade, ou com propósito educacional ou para ouvir por prazer, de qualquer maneira todo programa radiofônico educa. Tanto como o programa educativo propriamente dito, o anúncio publicitário que assegura que usando uma camiseta de tal marca “se triunfa na vida”, um programa cômico, uma radionovela sentimental, um comentário de atualidade, uma transmissão esportiva, uma música popular constituem também fatores educativos. Isto porque todos influenciam a formação de valores e as pautas de comportamento do público (KAPLÚN, 2017, p. 21).

Nesse sentido, continua o autor, a prática radiofônica deve expandir a noção de cultura, entendendo-a como expressão das experiências e saberes das pessoas comuns em seu contexto concreto. Isso significa romper com uma noção elitista, em que cultura restringe-se às manifestações eruditas e, muitas vezes, desconectadas da realidade cotidiana do ouvinte. Diante dessa perspectiva, comunicar é construir sentido junto à comunidade, abrindo espaços de escuta, troca e reflexão, constituindo, assim, uma “educação radiofônica”. Ela será entendida:

[...] em um sentido amplo: não só as emissões especializadas destinadas à alfabetização e difusão de conhecimentos básicos – cujas utilidade e necessidade não se questionam – mas também aquelas que buscam a transmissão de valores, a promoção humana, o desenvolvimento integral do homem e da comunidade; aquelas que se propõem elevar o nível de consciência, estimular a reflexão e converter cada homem em agente ativo da transformação do seu meio natural, econômico e social (KAPLÚN, 2017, p. 22).

Partindo das três concepções sobre os modelos educativos propostos por Juan Díaz Bordenave (1976 *apud* KAPLÚN, 2017) e explicitadas na seção três, é justamente na educação com ênfase no processo que encontramos uma perspectiva alinhada aos desafios da comunicação popular. Tal modelo rompe com a lógica bancária da transmissão de conteúdos prontos e também a obsessão por resultados imediatos, colocando no centro a transformação das pessoas e das comunidades.

No contexto radiofônico, significa pensar o rádio não apenas como

veículo de informação ou de entretenimento, mas como espaço de diálogo, de construção coletiva de saberes e de formação de uma consciência crítica. O comunicador, nesse sentido, deixa de ser mero transmissor de mensagens para assumir o papel de mediador, capaz de estimular a reflexão, o debate e o protagonismo dos ouvintes em seus próprios processos de desenvolvimento social, econômico, político e cultural (KAPLÚN, 2017). No Quadro 1, inserimos as orientações de Kaplún (2017) para a educação orientada como processo:

Quadro 1 - Características da abordagem radiofônica popular

- “1. serão programas que tendem muito mais a estimular os ouvintes a desenvolverem um processo, mais do que incutir conhecimentos ou perseguir resultados práticos imediatos;
2. programas que vão ajudar o ouvinte a tomar consciência da realidade que o rodeia, tanto física quanto social; vão integrar-se a essa realidade partindo de sua própria problemática concreta, de sua situação vivencial;
3. facilitarão à audiência os elementos para compreender e problematizar essa realidade. Serão programas problematizadores;
4. estimularão a inteligência exercitando o raciocínio, fazendo pensar e conduzindo a uma reflexão;
5. devem identificar-se com as necessidades e os interesses da comunidade popular a que se dirigem. Também devem procurar fazer com que ela descubra essas necessidades e interesses;
6. vão estimular o diálogo e a participação. Em alguns casos, terão a forma de programas diretamente participativos e em todos casos, “criarão as condições pedagógicas para o desenvolvimento de uma prática de participação”. Acentuarão os valores comunitários e solidários, levando à união e à cooperação;
7. também estimularão o desenvolvimento da consciência crítica e a tomada de decisões autônoma, madura e responsável;
8. vão colaborar para que o ouvinte tome consciência da própria dignidade, do próprio valor como pessoa”.

Fonte: Kaplún (2017, p. 36).

Em síntese, isso significa conceber o rádio como uma ferramenta ativa na construção de consciência e na promoção da participação social. Os programas devem ser desenhados para provocar reflexão, estimular pensamento crítico e fortalecer vínculos comunitários. Mais do que oferecer respostas prontas e/ou conteúdos fechados, trata-se de produzir conteúdos que ajudem os ouvintes a compreenderem a própria realidade, questionarem suas condições de vida e, a partir disso, se sentirem capazes de intervir no seu próprio meio. Essa prática radiofônica, portanto, está comprometida com a valorização da dignidade das pessoas, com o fortalecimento da autonomia e com o desenvolvimento de

processos educativos que ultrapassem os limites da comunicação tradicional, abrindo espaço para o diálogo, a escuta e a construção coletiva de saberes.

Além disso, Kaplún (2017) destaca que produzir um programa de rádio com intencionalidade educativa exige sensibilidade para reconhecer tanto as condições externas – como o contexto histórico, social e cultural dos/as ouvintes – quanto as demandas internas do próprio processo pedagógico. Não se trata de impor discursos prontos nem de acelerar artificialmente o desenvolvimento da consciência crítica. Pelo contrário, é imprescindível construir uma comunicação que parta da escuta atenta, que reconheça o ponto de partida real das pessoas e que acompanhe, de forma gradual e respeitosa, seu processo de reflexão e transformação.

Forçar conceitos ou mensagens para além da capacidade de compreensão do público não só inviabiliza os objetivos do programa, como também gera resistência, desconexão e, muitas vezes, rejeição. Por isso, o comunicador precisa compreender que respeitar o/a ouvinte significa, também, seu tempo, seus saberes e seu processo de crescimento. A pedagogia radiofônica, nesse sentido, não é uma corrida por resultados, mas um caminho que se faz no ritmo da escuta, da participação e da construção conjunta de sentidos.

Essa mudança de perspectiva exige, portanto, que o comunicador radiofônico abandone as fórmulas prontas e abrace uma postura muito mais sensível, criativa e aberta aos processos. Kaplún (2017, p. 39) chama a atenção para que, mais do que seguir manuais ou aplicar técnicas de maneira mecânica, o comunicador precisa desenvolver a capacidade de escutar, de observar a realidade e de construir soluções comunicativas que façam sentido para aquele público, perguntando-se: “fiz com que o ouvinte pense? Estimulei sua reflexão pessoal, levei-o a problematizar-se, a se fazer perguntas, contribuí de alguma maneira para enriquecer sua capacidade de raciocinar por si mesmo?” (KAPLÚN, 2017, p. 39).

Diante disso, fica claro que pensar o rádio a partir dessa perspectiva pedagógica é assumir um compromisso que vai além do fazer técnico e do

exercício profissional em sentido estrito. Trata-se de compreender a comunicação como um serviço à sociedade, capaz de contribuir para o desenvolvimento humano, para a construção da cidadania e para a transformação social. Nesse caminho, não basta dominar linguagens, formatos ou tecnologias; é indispensável que o comunicador incorpore uma visão ética, crítica e educativa do seu próprio fazer. Assim, alinhamo-nos a Kaplún (2017) ao afirmar que o rádio deixa de ser apenas um meio de transmissão para se tornar um espaço de diálogo, de escuta ativa e de construção coletiva de sentidos, reafirmando seu papel como ferramenta de emancipação e de fortalecimento das comunidades.

A seguir, demonstramos como os fundamentos teórico-metodológicos da comunicação educativa de Kaplún (1998; 2017) são colocados em prática na produção de redes de *podcast* e programas *demos* em projeto de extensão universitária.

Atividade extensionista e rádio como práxis: produção dialógica e participação comunitária na educomunicação

No tópico anterior, abordamos como a comunicação dialógica, voltada à escuta ativa, pode ser inserida no meio radiofônico em articulação com os princípios da educação libertadora e da comunicação popular latino-americana. Neste ponto do texto, relacionamos a primeira, a segunda e a terceira seções, com o objetivo de demonstrar como a pedagogia da comunicação (KAPLÚN, 1998) para o rádio (KAPLÚN, 2017) pode ser implementada no projeto extensionista *EducomCast: produção radiofônica universitária e educação popular*, considerando as práticas dialógicas de produção. Nas últimas, a fonte da mensagem é dupla: i) o comunicador “que seleciona e interpreta as experiências da comunidade”; ii) a “própria comunidade destinatária”, envolvida já no início do processo como autora das emissões (KAPLÚN, 2017, p. 114-115).

Para compreendermos como se constitui a posição de *emirec* supracitada, em que o público-ouvinte ocupa na comunicação dialógica, convém retomar um

excerto em que Kaplún (2017) relata como os roteiros radiofônicos expostos no seu livro dialogam com as comunidades. Para produzir os programas, as últimas

foram visitadas, observamos o que acontecia com elas, registramos fatos ocorridos, gravamos conversas com os moradores, e depois com este material, organizando-o e ordenando-o, elaboramos o roteiro. Quando o programa foi irradiado, o povo podia reconhecer-se nele, identificar-se com ele, ainda que as vozes que foram ao ar não fossem as suas, mas as dos atores profissionais. Ao longo do programa os ouvintes encontravam seus próprios fatos e experiências, mas apresentados pedagogicamente de tal maneira que agora podiam vê-los com perspectiva crítica, analisá-los, discuti-los e refletir sobre eles, emitir um juízo, chegar às causas do problema que até o momento viviam e sofriam como uma mera contingência, sem perceber suas raízes. E então o programa se convertia em um estímulo para busca de soluções comuns (KAPLÚN, 2017, p. 115).

Portanto, para que a comunicação “chegue” em nosso público é necessário: produzir um material que desperte interesse e que coloque o interlocutor em interação com a mensagem. A finalidade é que ele consiga decodificá-la e compreenda os sentidos ideológicos que impregnam os signos que a compõem (KAPLÚN, 1998, p. 80).

Isso posto, para a realização do projeto de extensão de produtos radiofônicos em uma disciplina semestral e/ou anual, orienta-se que a base teórica da educomunicação seja discutida no primeiro bimestre, bem como apresentado o projeto e os passos de execução. Utilizamos noções técnicas de programação, segmento, formato e programa de Ferraretto (2014, p. 39-86) para elaboração do planejamento de conteúdo radiofônico (FERRARETTO, 2014, p. 40) que consistirá em uma rede de *podcasts*. A avaliação final é feita a partir da entrega de um material gráfico, *mídia kit*, com apresentação da rede, programação, programas e público, bem como materiais radiofônicos: os programas *demo* de 5 minutos e uma vinheta de abertura/encerramento para cada um deles e uma vinheta da rede, que devem refletir a identidade dos programas e da rede, respectivamente, em formato MP3. As orientações para criação do *mídia kit* estão organizadas em *slides* instrucionais¹ e os itens

¹ Roteiro para elaboração do *midia kit* da rede de *podcasts* comunitária:
https://docs.google.com/presentation/d/1J0XcEI1GqS97uLJHSZj5ogV7EV_AEpnHLEJBfD2c-Klk/edit?usp=sharing. Acesso em: 29 jun. 2025.

solicitados estão sistematizados no Quadro 2:

Quadro 2 - Resumo dos itens do projeto de podcasts

Informações gerais:
Objetivo: Elaborar um mini projeto educacional de uma rede de *podcasts*;
Duração de cada programa em versão demonstrativa: 5 minutos;
Grupos: três ou quatro pessoas; a avaliação é coletiva e individual;
Recursos: todos elementos da linguagem radiofônica: voz, trilha sonora, efeitos sonoros e silêncio; edição e mixagem deve ser criativa e explorar a dimensão sonora dos materiais;
Gravação: os *demos* dos programas devem ser gravados, editados e mixados a critério do/a aluno/a.

1) Apresentação e fundamentação do projeto em formato de *Mídia Kit* (PDF), conforme *slides* instrucionais:
Nome da rede;
Segmentação do público;
Tipo de segmento da rede;
Objetivos/anseios/necessidades (do público de cada programa e da rede);
Descrição geral da identidade da rede de *podcast* e seu *slogan*;
Três ou quatro programas (de acordo com nº de integrantes): nome, tipo, descrição, formato horário (1h);
Grade de programação.

2) Produção sonora em versão *demo* do mini projeto da rede de podcast:
Vinheta da rede;
Vinheta de abertura (uma para cada programa);
Demonstrativo do programa (5 minutos): cada integrante produz um programa e realiza toda produção (roteiro, locução, edição);
Entrega: MP3 (44.1 kHz - 128 kbps em arquivos separados)

Fonte: Autoria nossa.

Para o desenvolvimento do roteiro (Quadro 2), o projeto extensionista em questão é dividido em níveis estratégicos (FERRARETTO, 2014, p. 40): 1) construção da identidade; 2) definição do segmento (*emirecs*); 3) escolha do formato; 4) criação da programação/conteúdo em si. Esses níveis são subdivididos em outras etapas, adaptadas para o segmento comunitário, que “significa voltar a programação para o entorno de onde a emissora atua. Com base em uma gestão descentralizada”, adota-se uma comunicação “afinada com a formação da cidadania, o desenvolvimento da autoestima e a resolução de problemas da comunidade” (FERRARETTO, 2014, p. 51-52). Como consequência, os níveis estratégicos são compreendidos como:

construção da identidade da rede de *podcasts* - “personalidade da

emissora ou do *podcaster* facilmente identificável em qualquer um dos elementos seus produtos” (FERRARETTO, 2014, p. 76): para haver comunicação, é necessário uma “ação em comum”, isto é, “compartilhar [com o outro] um mesmo objeto de consciência”, “exprim[ir] a relação entre consciências” (MARTINO, 2011, p. 14-15). Para isso, deve-se definir uma identidade para a rede de *podcasts* a fim de gerar empatia no destinatário/comunicador. Essa relação “envolve sentimentos de pertença, da atribuição do papel de companheiro virtual”, de modo que desperte nele uma identificação também dos pontos de vista psicológico e sociológico (FERRARETTO, 2014, p. 40-41). Trata-se do processo de *branding*, no qual os/as alunos/as terão que definir um ou dois elementos que sintetizam a imagem desejada para a sua rede; a partir dessa ideia geral, serão definidos: missão, objetivos, interesses e anseios da rede, *slogan*, formas de apresentação e locução e criação de identidade visual (FERRARETTO, 2014, p. 41); ainda nessa etapa, recomenda-se que os estudantes façam pesquisas de outras redes de *podcasts*, emissora de rádio hertzianos, entre outras para usarem como referências para elaboração da própria identidade;

definição do segmento - “parcela tipificada do público ao qual a programação ou o programa se destina” (FERRARETTO, 2014, p. 76): dito de outro modo, o público-alvo para qual o conteúdo educativo radiofônico será destinado; considerando que o foco é produzir uma rádio comunitária, os estudantes farão a seleção da comunidade que será *emirec* da comunicação;

para a segmentação do *emirec*, utilizam-se estratégias de marketing (FERRARETTO, 2014, p. 49), fazendo um deslocamento dos elementos a seguir para descrição do público-ouvinte:

as mais genéricas: 1.1) *determinação geográfica*: grupo de bairro, zona urbana, rural ou grupo escolhido e sua localização; 1.2) *descrição demográfica*: de modo que o público seja descrito por faixa etária, gênero e ciclo de vida; 1.3) *socioeconômica*: classe econômica, ocupação profissional, grau de instrução, *status*, mobilidade social etc.;

as mais específicas: 2.1) padrões de consumo de mídia: visa descobrir a frequência que se escuta um conteúdo radiofônico; 2.2) benefícios procurados: tipo de conteúdo importante para aquele sujeito; 2.3) estilo de vida: como usa o tempo, quais são os interesses, como é a vida social, a rotina com trabalho, família e estudos, amizades etc.; 2.4) tipos de personalidade: consiste em mapear quais são as bases culturais, atitudes e valores;

para que se descreva o público da comunidade escolhida de forma assertiva, é necessário realizar uma pesquisa de campo para identificação dos seus “anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos” e construção da identidade para a rede de *podcasts* (FERRARETTO, 2014, p. 39);

escolha do formato - “filosofia de atuação, forma como o segmento é abordado e a programação ou o programa trabalhado”: consiste em estabelecer uma “*radio formula*” (FERRARETTO, 2014, p. 52) que é a estratégia de abordagem dos conteúdos que atendam aos “anseios, interesses, necessidades e/ou objetivos” dos *emirec* (FERRARETTO, 2014, p. 47); como a programação da rede prevê três a quatro *podcasts* que podem ser exibidos semanalmente ou a critério do grupo de discentes, a grade poderá ser pensada de forma semanal, não em formato de programação de 24 horas como é no rádio hertziano; só para exemplificar, o formato não será tão complexo quanto como de uma rádio comercial com uso de programas musicais intercalados por jornalísticos em diversos formatos. As considerações no tocante ao projeto *EducomCast* são:

A avaliação é feita de forma individual, pois cada integrante deve desenhar o seu programa em 60 minutos, esquematizado no “formato horário”, uma “representação gráfica de um relógio estilizado, com marcações apontando o momento de irradiação desta ou daquela mensagem” (FERRARETTO, 2014, p. 53-54). “É um recurso para facilitar a visualização da programação como um todo” (FERRARETTO, 2014, p. 55), que, no caso da rede de *podcasts* do projeto, pode ser visualizada na modelagem interna dos programas e na distribuição deles na grade horária, garantindo coerência, dada a criação de uma identidade com a padronização da estrutura, estilo dos primeiros e periodicidade nas

emissões radiofônicas na última;

Seguindo as sugestões de Ferraretto (2014, p. 54), os “programas de entrevista” podem seguir o padrão de quatro “blocos de 12 a 13 minutos” cada; no formato mesa-redonda que requer diálogo entre os participantes, pode-se usar “três blocos de 17 a 18 ou dois de 27 a 28 minutos”; o desenho dos formatos e escolha dos temas devem ser estabelecidos a partir da pesquisa sobre o perfil do comunicador/destinatário comunitário realizado na etapa de definição do segmento;

as peças publicitárias podem ser de produtos vendidos pela comunidade para qual a programação é destinada, nos formatos testemunhal, *jingle*, *spot* etc. e sugere-se que os discentes ensinem a comunidade a produzir o material com o apoio deles; esta parte, pode ser melhor ajustada, a critério do/a docente, e ser incluída como um dos entregáveis sonoros do projeto.

criação da programação/conteúdo em si - “conteúdo oferecido pela rádio” (FERRARETTO, 2014, p. 76): nesta etapa, primeiro, escolhe-se qual será o tipo de programação: linear, em mosaico ou em fluxo e, depois, elabora-se o conteúdo em si conforme o tipo de programa definido no “formato horário”;

Na escolha da programação, consideram-se os tipos: 1) linear é aquela em que os conteúdos são mais homogêneos, com um formato definido e que pouco se diferenciam entre si. No caso dos *podcasters*, por exemplo, podem formular programas que tenham um formato horário semelhante, que compartilhem da vinheta de abertura com uma personalização mínima; 2) em mosaico engloba conteúdos variados, que podem ser diferenciados conforme o segmento para o qual é destinado: públicos jovens e idosos; 3) em fluxo, em que a programação é “estruturada em uma emissão constante”, como se fosse um “grande programa dividido em faixas bem definidas”. Com exceção do último tipo de programação, mais indicado para rádio hertziano, os dois podem ser usados pelos grupos;

Na elaboração do conteúdo da programação, isto é, do programa - “um todo coeso e independente dentro do conjunto de emissões” ou unidade básica da programação radiofônica, deve-se defini-lo com base no desenho do formato

horário, escolhendo os programas de acordo com o tipo (FERRARETTO, 2014, p. 72): noticiário, entrevista de opinião, com participação do ouvinte, mesa-redonda, jornada esportiva, *radiorrevista* ou programa de variedades, humorístico, dramatização, de auditório ou outro formato de *podcast* (FERRARETTO, 2014, p. 72-76);

Uma vez definida a programação e o conteúdo em si, é preciso produzir pautas, desenvolver roteiros, fazer captação de material radiofônico, editar e finalizar programas, emití-los e coletar impressões da comunidade. Esta etapa é indicada ser realizada ao longo do 2º ou 3º bimestre (a depender se é semestral ou anual a disciplina), com retorno à comunidade para a colocar em prática o método participativo e dialógico com o público para o qual ela está endereçada, seguindo os passos a seguir:

Preparar a comunicação junto à comunidade para o qual ela se destina: para a comunicação radiofônica educativa ser co-participativa, as fontes devem ser os integrantes da comunidade, com comentários e áudios dos integrantes, para que, quando ocorrer a sua emissão, as pessoas sintam parte dela, como sendo verdadeiramente a expressão da comunidade;

A comunicação deve conversar com seus interlocutores/as: o conteúdo deve dialogar com a realidade da comunidade e com temas sugeridos por ela, tratados de modo que demonstre como afetam o cotidiano deste público. A abordagem deve ser mais aberta, menos conclusiva, procurando problematizar a realidade e suscitar reflexão;

A comunicação participativa conta com avaliação coletiva: depois da edição, avalia-se junto com a comunidade a percepção de valor. A finalidade é alinhar um conteúdo que atenda às necessidades e aspirações dos seus destinatários, para uma comunicação mais aberta, isto é, menos conclusiva e mais problematizadora para gerar debates. A ideia é que, na apresentação final do projeto em sala de aula, os estudantes cheguem com os *feedbacks* e registros que demonstram a interação na atividade extensionista.

Finalizamos com uma síntese sobre as indicações metodológicas da

realização do projeto *EducomCast* na modalidade de curricularização da extensão, em um disciplina com duração de um semestre (adaptável para uma anual). Orienta-se que a base teórica sobre extensão e educomunicação seja discutida no 1º ou 2º bimestre, bem como apresentado o projeto para que os discentes tenham ciência do desafio. Para elaboração do plano do conteúdo radiofônico e do material gráfico em formato de *mídia kit*, utilizamos noções de programação, segmento, formato e programa (FERRARETTO, 2014, p. 39-86), bem como o significado de segmento comunitário: “significa voltar a programação para o entorno de onde a emissora atua. Com base em uma gestão descentralizada”, adota-se uma comunicação “afinada com a formação da cidadania, o desenvolvimento da autoestima e a resolução de problemas da comunidade” (FERRARETTO, 2014, p. 51-52). A criação do conteúdo radiofônico, compreendida nas etapas de pré-produção, produção e pós-produção, realizada juntamente com a comunidade por meio do método participativo e dialógico da Educomunicação, pode ser feita ao longo do 2º ou 3º bimestre.

Encerramento e síntese

Diante da necessidade de inclusão de atividades de extensão pelas universidades em projetos e/ou nas matrizes curriculares, este trabalho teve por objetivo apresentar uma proposta de extensão universitária voltada a estudantes do ensino superior de cursos de comunicação social, à luz dos preceitos da “pedagogia da comunicação” de Kaplún (1998), visando à criação de “alternativas midiáticas” a fim de promover reflexão crítica, conscientização e participação ativa do público. A partir da investigação realizada, propomos o projeto *EducomCast: produção radiofônica universitária e educação popular*.

Com base na distinção entre cada prática comunicativa, subjacente a um tipo de educação, na discussão teórica enfatizamos a importância de uma prática comunicacional endógena, na qual a concepção de educação parte do/a educando/a, considerado/a sujeito da educação. Essa abordagem se alinha ao modelo da educação que enfatiza o processo, defendido por Freire (1983) e por

Kaplún (1998), no qual o/a educador/a e educando/a constroem juntos o conhecimento por meio da relação dialógica. Nesse sentido, a comunicação não se limita à transmissão de informações, mas promove a problematização da realidade vivida, estimulando a consciência crítica e a participação cidadã.

Cabe destacar, ainda, que, no contexto latino-americano, essa forma de comunicação conecta-se às lutas históricas de sujeitos subalternizados, utilizando canais próprios de expressão, valorizando a reciprocidade entre emissores e receptores, constituindo, assim, os chamados *emirecs*. Por essa perspectiva, entendemos que comunicar é construir coletivamente sentidos sobre/no mundo, respeitando o tempo, os códigos culturais e os contextos sócio-históricos dos interlocutores, considerando processos realistas, ainda que lentos, a partir das necessidades concretas da comunidade e o retorno a ela pela reflexão compartilhada.

Em termos práticos, o projeto *EducomCast* convida os/as estudantes a realizarem uma produção radiofônica que ultrapasse a simples elaboração de conteúdos baseados em suas próprias ideias. A proposta é que o planejamento da rede de *podcasts*, roteiros, formatos e temáticas dos programas sejam construídos a partir da escuta ativa das demandas, histórias e preocupações da comunidade escolhida como público-alvo.

Para isso, a sugestão é que, na prática pedagógica, a base teórica da educomunicação seja ministrada no primeiro bimestre, juntamente com a apresentação detalhada das etapas do projeto. Os grupos devem elaborar um mini projeto de rede de *podcasts*, fundamentado em um planejamento que contemple identidade da rede, segmentação do público (*emirecs*), definição de formatos, objetivos e linha editorial, resultando na produção de um *mídia kit* e de conteúdos sonoros demonstrativos. Cada integrante fica responsável por um programa demonstrativo de cinco minutos, incluindo as atividades de roteirização, locução, edição e uso criativo dos recursos da linguagem radiofônica: voz, trilha, efeitos sonoros e silêncio. Com isso, espera-se que os *podcasts* produzidos reflitam a identidade e os anseios da comunidade, além de

promover o reconhecimento, reflexão crítica e pertencimento entre os ouvintes.

Importa esclarecer que a proposta aqui sistematizada tem origem em uma experiência aplicada na disciplina de “Técnicas de Produção Sonora”. No entanto, esse trabalho não se constitui como um relato de experiência, mas como uma reformulação teórico-metodológica orientada pela necessidade da curricularização da extensão. Os efeitos e impactos do projeto, portanto, ainda necessitam ser verificados na prática, em futuras implementações extensionistas.

Em resumo, o projeto proposto articula fundamentos teóricos e práticas pedagógicas que colocam a comunicação a serviço da formação cidadã e transformação social. Ao integrar extensão e educomunicação, contribui-se para repensar o papel da universidade na produção de conhecimento situado e comprometido com a realidade local. Esperamos que este artigo possa inspirar novas iniciativas de formação, além de fomentar o uso crítico e criativo da radiofonia como ferramenta de diálogo com as comunidades. Reafirmamos, portanto, a potência de alternativas midiáticas como caminhos possíveis para a comunicação democrática e o fortalecimento da participação popular nos processos educativos.

Referências

- ALTHUSSER, L. **Aparelhos ideológicos de estado**. 8. ed. Rio de Janeiro: Graal, 2001.
- BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidência da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 27 abr. 2025.
- BRASIL. Lei nº 13.005, de 25 de junho de 2014. Aprova o Plano Nacional de Educação (PNE) e dá outras providências. Brasília: **Diário Oficial da República Federativa do Brasil**, Brasília, 26 jun. 2014.
- BRASIL. Conselho Nacional de Educação. **Resolução CNE/CP nº 07/2018**, de 18 de dezembro de 2018.
- CHAUÍ, M. **Ética e universidade**. Universidade e sociedade, Brasília: Andes, v. 8, p. 82-87, fev. 1995.
- FERRARETTO, L. A. F. **Rádio: teoria e prática**. São Paulo: Summus, 2014.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** Tradução: Rosisca Darcy de Oliveira. 7ª ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1983, 93 p.

GUIMARÃES, R. B. **Aula 1 da disciplina “Ações extensionistas e seus impactos na pós-graduação”**, do Portfólio de Integração de Disciplinas da Pós-Graduação da UNESP. 1 set. 2023.

GURGEL, R. M. **Extensão universitária: comunicação ou domesticação**. São Paulo: Cortez, 1986.

KAPLÚN, M. **Una pedagogía de la comunicación**. Madrid: Ediciones de La Torre, 1998.

KAPLÚN, M. **Produção de Programas de Rádio: do roteiro à direção**. Eduardo Meditsch e Juliana Gobbi Betti (Org.). São Paulo: Intercom, Florianópolis: Insular, 2017. Disponível em: <https://portcom.intercom.org.br/ebooks/arquivos/radio-producao-programas06102017.pdf>. Acesso em 10 jun. 2025.

KAPLÚN, G. La comunicación alternativa entre lo digital y lo decolonial. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, n. 141, ago./nov. 2019, p. 67-85. Disponível em: <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/18265>. Acesso em: 1 jun. 2025.

MAGALHÃES, H. G. D. Indissociabilidade entre pesquisa, ensino e extensão: tensões e desafios. **ETD - Educação Temática Digital**, Campinas, SP, v. 8, n. 2, p. 168-175, 2007. DOI: 10.20396/etd.v8i2.652. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/652>. Acesso em: 30 jun. 2025.

MARTINO, L. De qual comunicação estamos falando. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.; FRANÇA, V. (org.). **Teorias da comunicação?** conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2011. p.11-25.

ORTIZ, M. Á.; MARCHAMALO, J. **Técnicas de comunicação pelo rádio: a prática radiofônica**. Trad. Alda da anunciação Machado. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

PINTO, Á. V. **A questão da universidade**. São Paulo: Cortez, 1986.

PERUZZO, C. M. K. Comunicação Popular, Comunitária e Alternativa na Era Digital: Entre Utopias Freireanas e Distopias. **Media & Jornalismo**, [S. l.], v. 23, n. 42, p. 23-38, 2023. DOI: 10.14195/2183-5462_42_1. Disponível em: <https://impactum-journals.uc.pt/mj/article/view/12200>. Acesso em: 7 ago. 2025.

SAVIANI, D. **Escola e democracia**. Campinas: Autores Associados, 2008.

Agradecimentos

Agradecemos ao Centro Universitário Cidade Verde (UniCV) pelo apoio financeiro concedido pela Bolsa Pesquisa à uma das autoras, Proa. Dra. Taciana Rocha.