

Teóricas: Um Podcast para entender e ensinar as raízes da Comunicação

Teóricas: Un podcast para comprender y enseñar las raíces de la comunicación

Teóricas: A podcast to understand and teach the roots of communication

Rayanne Santos; Rafiza Luziani Varão Ribeiro; Rodrigo Miranda Barbosa

Resumo

Este artigo apresenta o podcast Teóricas como uma ferramenta de divulgação científica das Teorias da Comunicação. O objetivo de aproximar estudantes de reflexões teóricas e epistemológicas muitas vezes é visto como abstrato. Para esta pesquisa foram utilizadas estratégias como Mobile Learning e Storytelling para tornar o conteúdo mais acessível, dinâmico e interativo. A pesquisa discute a ausência de consenso sobre o ensino da disciplina e dialoga com o conceito de rádio expandido. O projeto-piloto conta com dois episódios, e aborda desde os fundamentos das teorias até sua relevância nos cursos de Comunicação. Defende-se que tais teorias devem ser compreendidas como processo em constante construção, com a sala de aula e os espaços digitais como ambientes privilegiados de debate.

Palavras-chave: Ensino de Teorias da Comunicação; Mídias Sonoras; Podcast; Divulgação Científica; Teóricas.

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

>> Como citar este texto:

SANTOS, Rayanne; RIBEIRO, Rafiza Luziani Varão; BARBOSA, Rodrigo Miranda. Teóricas: Um Podcast para entender e ensinar as raízes da Comunicação. **Radiofonias – Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 16, n. 02, p. 156-184, mai./ago. 2025.

Sobre a autoria

Rayanne Santos
elisayanne@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4996-0892>

Mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (PPG/COM-UnB).

Bacharel em Comunicação Social com ênfase em Mídias Sociais e Produção Cultural pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).

Rafiza Luziani Varão Ribeiro
rafiza@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-0383-5524>

Doutora e Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília. Professora do Departamento de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília.

Rodrigo Miranda Barbosa
rmbdesign@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-0053-3515>

Doutor e Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília. Graduado em Publicidade e Propaganda pelo Instituto Superior e Centro Educacional Luterano Bom Jesus Ielusc. Professor da UFPE-CAA no Núcleo de Design e Comunicação.

Resumen

Este artículo presenta el podcast Teóricas como una herramienta de divulgación científica de las teorías de la comunicación. El objetivo de acercar a los estudiantes a las reflexiones teóricas y epistemológicas a menudo se considera abstracto. Para esta investigación se utilizaron estrategias como el aprendizaje móvil y la narración de historias para hacer el contenido más accesible, dinámico e interactivo. La investigación analiza la falta de consenso sobre la enseñanza de la disciplina y dialoga con el concepto de radio expandida. El proyecto piloto cuenta con dos episodios y aborda desde los fundamentos de las teorías hasta su relevancia en los cursos de Comunicación. Se defiende que dichas teorías deben entenderse como un proceso en constante construcción, con el aula y los espacios digitales como entornos privilegiados para el debate.

Palabras clave: Enseñanza de Teorías de la Comunicación; Medios Sonoros; Podcast; Divulgación Científica; Teóricas.

Abstract

This article presents the Teóricas podcast as a tool for scientific dissemination of Communication Theories. The goal of bringing students closer to theoretical and epistemological reflections is often seen as abstract. For this research, strategies such as Mobile Learning and Storytelling were used to make the content more accessible, dynamic, and interactive. The research discusses the lack of consensus on teaching the subject and engages with the concept of expanded radio. The pilot project has two episodes and covers everything from the fundamentals of the theories to their relevance in Communication courses. It argues that such theories should be understood as a process in constant construction, with the classroom and digital spaces as privileged environments for debate.

Keywords: Teaching Communication Theories; Audio Media; Podcasts; Scientific Dissemination; Theory.

Introdução

Desde sua origem como campo científico, cujo embrião se forma no final do século XIX, a Comunicação foi identificada como um campo interdisciplinar, surgido entre o cruzamento da sociologia, psicologia e ciência política. Por essa

razão, é, por vezes, complexo dar sentido a um conjunto de pesquisas com composição tão diversa e mais difícil ainda é encontrar formas de se ensinar esse conjunto de pesquisas para aqueles que estão iniciando a carreira acadêmica.

Na tentativa de representar o campo comunicacional, Luiz Claudio Martino (2006a), discute as distintas interpretações acerca das teorias da Comunicação, bem como da própria natureza do processo comunicacional. Segundo o autor, essa diversidade de compreensões torna praticamente inviável a elaboração de uma síntese abrangente e limita a possibilidade de afirmações categóricas sobre o tema.

Nas últimas décadas, essa preocupação com o agrupamento conceitual das Teorias da Comunicação tem sido acompanhada por um esforço crescente de articulá-la às discussões sobre a delimitação do próprio Campo da Comunicação (Marques; Martino, 2015). Conforme destacam os autores, tal agrupamento tem como objetivo contribuir para a compreensão da natureza, do alcance e dos limites dos fenômenos comunicacionais, permitindo, assim, a definição de um objeto específico e a validação dos aportes disciplinares e interdisciplinares que estruturam a área.

Porém, esses questionamentos, sobre o que caracteriza o campo, apenas enfatizam os problemas de definição das questões epistemológicas, como fala Ângela C. S. Marques e Luís M. Sá Martino (2015). Por exemplo, a decisão dos programas de ensino, da escolha de bibliografias que possam fornecer os subsídios teóricos para cursos universitários, ou mesmo a decisão sobre a pertinência à área de projetos de pesquisa. Sobre esse último ponto, Lucia Santaella (2001), retrata que, muitas vezes, precisou julgar projetos de pesquisa, que eram nitidamente interdisciplinares, e provocavam fortes dúvidas quanto à sua inserção ou não na área de comunicação. Ainda segundo Santaella (2001), o conhecimento pode não ter fronteiras, porém, quando falamos sobre pesquisas, elas devem necessariamente estar enquadradas em uma área de conhecimento definida. Mas como explicar se uma pesquisa ou teoria é do campo da

comunicação sem explicar o que é comunicação?

Não existe um critério para se definir o que são as Teorias da Comunicação, porém a demanda prático-pedagógica exige que essa definição seja estabelecida minimamente. Todos os anos novos alunos entram nos cursos de comunicação em busca de aprender. E é necessário se pensar em formas de como agrupar o conteúdo já adquirido na área.

E é percebendo essa carência de um espaço para a divulgação de conteúdo científico, ligado ao campo de estudo comunicacional, e que possa ser usado como ferramenta para ajudar professores e alunos, que surgiu a ideia para o conteúdo deste trabalho. A proposta é criar uma ferramenta que possa ser usada para suprir a necessidade de alunos e professores, com relação ao ensino das Teorias da Comunicação.

Nesse cenário, a proposta foi criar um podcast, para servir como apoio didático aos estudantes de cursos de comunicação. A ideia vem da facilidade que o formato oferece de chegar a um grande número de pessoas, de forma fácil e ser atrativa aos jovens. De acordo com a pesquisa da ABPod (2024), o número de pessoas que escutam regularmente podcasts no Brasil chega a aproximadamente 31,94 milhões de ouvintes. Desse público, 92,81% possuem Ensino Superior ou Pós-graduação, o que demonstra um perfil de alta escolaridade. Além disso, 40,23% dos ouvintes escutam podcasts diariamente, evidenciando a forte presença desse formato na rotina.

O intuito deste artigo é mostrar que é possível utilizar a linguagem do podcast como ferramenta de apoio didático. Visto como foi mencionado por Luiz C. Martino (2007), as teorias da comunicação existem a despeito de todo e qualquer obstáculo colocado à sua definição. Sendo assim, a nossa proposta no presente trabalho é fazer um estudo exploratório-qualitativo¹, com base na

¹ Estudo exploratório-qualitativo é uma abordagem que busca compreender fenômenos pouco investigados, permitindo ao pesquisador identificar padrões, hipóteses e questões relevantes, sem a intenção de generalizar resultados. Segundo Gil (2019), esse tipo de estudo é indicado quando se deseja obter maior familiaridade com o problema de pesquisa, explorando-o de maneira aprofundada e flexível. Na comunicação, essa metodologia é frequentemente utilizada para analisar práticas, percepções e produções midiáticas a partir de uma perspectiva interpretativa (Lakatos & Marconi, 2017).

revisão bibliográfica² para avaliar as possibilidades de aproximação entre ensino, aprendizagem e as mídias sonoras.

Para que os estudantes possam entender de forma mais acessível, os meios de comunicação de massa, a vida em sociedade e tantos outros temas que são abordados pelas Teorias da Comunicação. E na atualidade para se conseguir chamar a atenção dos jovens é necessário usar de algumas ferramentas para atrair esse público, como o fato de estar acessível em qualquer momento. Por isso, pensar numa ferramenta on-line é tão importante, pois consegue chegar sem dificuldade aos ouvidos de todos.

E é no intuito de unir as teorias, da epistemologia e da metodologia que surgiu a ideia para a criação do *Teóricas*, um podcast que introduz os conceitos da epistemologia para os alunos de graduação, de uma forma que eles entendam, falando de igual para igual, mas sem ser simplista e com a participação de professores especialistas no assunto.

Este trabalho é organizado em três pontos: 1) os cenários de surgimento do campo comunicacional, 2) a importância de se ensinar as teorias da comunicação e 3) o podcast como ferramenta de ensino e aprendizagem..

Cenários

Na tentativa de nos explicar o termo “campo” comunicacional, Luiz Claudio Martino (2006a) nos mostra que, na medida em que a comunicação se firmou como um domínio de investigação, o vocábulo campo passou a ser empregado para se referir ao conjunto de atividades desenvolvidas ou reagrupadas sob o nome genérico de comunicação, como por exemplo, a comunicação social, a comunicação de massa, a comunicação humana, o *media studies*, entre outros.

Ainda de acordo com Martino (2006a), o termo é empregado como uma

² A revisão bibliográfica consiste na análise sistemática de trabalhos já publicados sobre determinado tema, permitindo situar a pesquisa no contexto teórico existente, identificar lacunas e fundamentar a construção do problema de pesquisa. Para Gil (2019), a revisão bibliográfica é essencial para consolidar conhecimentos prévios e orientar o desenvolvimento do estudo. Na área da comunicação, a revisão permite compreender debates, tendências e abordagens teóricas aplicadas a fenômenos midiáticos (Lakatos & Marconi, 2017).

designação ampla e pouco precisa, que, apesar de sua vagueza, se justifica como alternativa diante das diversas denominações possíveis. Trata-se, assim, de uma expressão cômoda, que evita entrar nos meandros da discussão sobre o regime disciplinar dos diferentes recortes teóricos, bem como dos paradigmas e objetos de estudo que sustentam a constituição dessa área de conhecimento. Por fim, o autor conclui que se trata de evitar o uso da expressão “ciências da comunicação”.

Martino (2006b) também nos mostra que essa noção de campo só começou a ser usada nos anos 1980, na medida em que cresce a discussão do estatuto disciplinar do saber comunicacional, iniciada na década de 1960, a partir do famoso trabalho de Wilbur Schramm (1963), sobre a ciência da comunicação.

A obra de Schramm (1965) é analisada por Martino (2006b), como cheia de equívocos, por denominar os supostos pais fundadores da comunicação, quando nenhum dos autores, citados por Schramm, reivindicou tal título e nem abordou em suas obras originais sobre a área de conhecimento ou mesmo chegou a tratar do assunto da constituição de qualquer “ciência da comunicação” ou algo parecido.

Porém, Martino (2006b) reitera que a obra de Schramm (1965) constitui um verdadeiro marco no pensamento epistemológico para a área, seja pelas críticas que lhe foram geradas ou pelas inadvertidas e reiteradas referências que ainda tomam Paul Lazarsfeld, Kurt Lewin, Carl Hovland e Harold Lasswell como fundadores de uma ciência que nunca chegaram a formular.

Assim como em Wilbur Schramm (1965), há muitas outras obras sobre Teoria da Comunicação. Uma das mais famosas é a de Melvin L. DeFleur e da Sandra Ball-Rokeach (1966). O livro mostra diversas perspectivas teóricas, como pano de fundo, para se interpretar a influência das comunicações sobre os indivíduos, a sociedade e a cultura, no passar dos anos. Porém, a dúvida sobre quais desses conhecimentos agrupados pelo nome de “Teoria da Comunicação” de fato representaria de maneira consensual o campo.

Esse questionamento motivou autores como Martino (2007), que busca

investigar, quais são esses conhecimentos que chamamos de “Teoria da Comunicação”. Segundo o autor, apenas 23,25% dos livros intitulados como “Teoria da Comunicação” possuem coincidência entre si. Mesmo não havendo consenso sobre o que é uma teoria da comunicação, é recorrente a existência, nos cursos de Comunicação, de uma disciplina com esse nome (Martino, L. C., 2007).

Martino (2007) ainda nos mostra que, no Brasil, a discussão sobre as Teorias da Comunicação teve início somente na década de 1970, com estabelecimento de cursos universitários, principalmente o aparecimento dos cursos de pós-graduação. Além da proliferação de instituições, a formação de sindicatos profissionais e associações científicas, o aparecimento de revistas especializadas e a constituição de uma produção intelectual dedicada à matéria. Todos esses fatores ajudaram a criar e povoar o nicho do conhecimento humano, que nós estamos acostumados a estudar.

Atualmente, a grade curricular dos cursos de comunicação, como defende Martino (2007), é dividida em uma parte teórica – “humanística” ou “cultural” – e um elemento técnico – “prático”. Segundo o autor, na maior parte dos cursos, a disciplina “Teoria da Comunicação” está ao lado de outras – que, em essência, não deixam de serem estudos teóricos da Comunicação, aumentando ainda mais a confusão a respeito do que seja “Teoria da Comunicação”.

Então, qual seria a diferença da disciplina com nome de “Teoria da Comunicação” para outras disciplinas teóricas de um curso de comunicação? Segundo Luís Mauro Sá Martino (2011), que cita Barbosa (2002, p. 73), se existe uma especificidade dessa disciplina, é necessário que ela seja amparada por um mínimo consenso relativo aos conteúdos, auxiliada por um suporte conceitual onde igualmente existam princípios comuns. Isso significa dizer que é necessário um referencial teórico que consiga ter um consenso, que possa auxiliar alunos e professores. Porque a separação entre prática e teoria é impossível, uma depende da outra para se fortalecer. Além disso, contar com uma base teórica organizada facilita a vida de alunos e professores. Por isso, é

de suma importância se debater sobre o processo de aprendizado das Teorias da Comunicação dentro das salas de aula.

É pensando em “Teorias da Comunicação” como um processo de aprendizagem, algo em construção, que Russi-Duarte (2010) defende que elas precisam ser pensadas, questionadas e até mesmo provocadas, em sala de aula. Porque só assim, segundo ele, podemos entender que o processo teórico e os métodos que nos levam a entendê-los, não são autônomos e sim escolhas valorativas de cada pesquisador.

E, nesse caso, Russi-Duarte (2010) defende que as “Teorias da Comunicação” devem ser apresentadas, aos alunos, no sentido da semântica, o sentido das palavras e da interpretação, como um processo cheio de significados e que cada passo desse processo precisa ser valorizado e compreendido de acordo com seus significados. Para ele, semanticamente falando, os modelos são formas de argumentação, de demonstração e de refutação que tem como intuito apresentar as verdades que explicam os aspectos, já estruturados, sobre a realidade. E por isso ele insiste que os professores têm um papel intelectual muito importante, o de provocar os questionamentos, visto que as teorias são conceitos não dados, porém elaborados (Russi-Duarte, 2010). Mas a grande pergunta que fica é como ensinar as teorias, de forma a propor esses questionamentos, que são tão importantes para os alunos.

Como redesenhar os estudos de teoria para sair do já feito e mantido como não problemático? Penso que necessitamos construir percursos e abordagens diferentes daquilo apresentado como ‘tornar as teorias mais fáceis’, que se apresenta como escolha obrigatória no contexto curricular atual; porém, temos razões para nos colocar “contra as modas intelectuais nas ciências [...]”; O pensador da moda é, de um modo geral, prisioneiro da sua moda...” (Popper, 1999:9, apud Russi-Duarte, 2010, p. 12).

A ideia de Russi-Duarte (2010), e também deste trabalho, não é encontrar uma forma mais “simples” de se ensinar e aprender teorias, mas sim discutir os processos e significados que nos trouxeram até aqui, respeitando os pesquisadores precursores, pois são eles que nos causam as inquietações para o conhecimento atual. Para Russi-Duarte (2010), é necessário construir

caminhos e abordagens diferentes, das apresentadas atualmente, colocadas como obrigatória no contexto curricular atual. Porém, 'tornar as teorias mais fáceis', não é o caminho. Por isso, é necessário buscar novas ferramentas que tornem as teorias mais atrativas.

De acordo com Popper (2006 apud Russi-Duarte, 2010), uma das principais tarefas da crítica científica deve ser a de expor as confusões de valores e separar as questões puramente científicas das pseudocientíficas e, assim, avançar. Pois, só quando entendermos que teorias não são banalidades desnecessárias e distantes do concreto da prática do mercado de trabalho, seja ele jornalístico, publicitário ou qualquer outro, que vamos conseguir avançar no ensino das teorias da comunicação.

Ainda, de acordo com Russi-Duarte (2010), ao refletir sobre as teorias, devemos sair do naturalizado. Nos indagando sobre questões intelectualmente válidas que permitam entender as plataformas epistêmicas e metodológicas e examiná-las como teorias. E é através da dúvida e do questionamento que podemos, assim, compreender e daí, reformular e redesenhar as teorias analisadas.

Entretanto, é complicado cobrar dos professores esse papel de provocador, falado por Russi-Duarte (2010), visto que existe uma abrangência muito grande quando se fala de teorias da comunicação e um tempo em sala de aula muito curto. De acordo com o autor, é necessário elaborar formas de despertar a vontade dos jovens, para que assim eles possam procurar e pesquisar mais sobre teorias, para que assim, juntos, possamos compreender na prática o mundo de maneira diferente.

O ensino de teorias da comunicação

Como aponta Luís Mauro Sá Martino (2013, p. 1), "o ponto de partida é a observação de certa assimetria entre as discussões epistemológicas e o cotidiano da disciplina nos cursos universitários", ou seja, para o autor, a discussão epistemológica acaba ficando renegada ao papel de coadjuvante. O

ensino da Comunicação nas universidades de todo o país exige que as discussões do plano epistemológico sejam traduzidas de uma forma relativamente organizada e em uma linguagem que seja compreensível ao jovem. Tudo isso compilado em uma disciplina intitulada “Teorias da Comunicação”.

As disciplinas teóricas são sempre nomeadas como obrigatórias para o curriculum de todo estudante e como tudo que é imposto para o jovem como obrigação, elas são vistas como “banalidades desnecessárias e distantes do concreto da prática ‘do mercado jornalístico e publicitário’” (Russi-Duarte, 2010, p. 2). É importante lembrar que os cursos da área de comunicação refletem sua estruturação em torno de demandas de mercado. Os cursos eram divididos em habilitações³ que compunham um corpo de saberes técnicos, como o caso do Jornalismo, da Publicidade e Propaganda, das Relações Públicas, do Rádio & TV, Editoração, entre outras, como enfatiza Luis Mauro Sá Martino (2011).

Partindo do pressuposto que os cursos foram criados para treinar profissionais para o mercado, eles tendem a tentar equilibrar em uma balança os saberes técnicos e os humanísticos. Os estudos teóricos são divididos em algumas disciplinas que compõem as grades dos cursos universitários, porém a disciplina que mais se destaca é a “Teoria da Comunicação”.

A disciplina “Teoria da Comunicação” está ao lado de outras que não deixam de ser estudos teóricos da Comunicação, aumentando a possibilidade de confusão a respeito da especificidade dessa disciplina. Nesse sentido, Pinheiro et al. (2006), pesquisando a assimilação da disciplina “Teorias da Comunicação” entre estudantes da Universidade Estadual do Piauí, mostram uma ambiguidade: os alunos reconhecem a importância da disciplina, mas ressentem-se das dificuldades do tema e da falta de referenciais para compreendê-lo (Martino, L. M. S., 2011, p. 4).

Como aponta Luís Mauro Sá Martino (2011), os estudantes sabem a importância da disciplina, mas pela dificuldade do tema e pelo fato de não possuírem “um repertório conceitual para questionar se aqueles saberes são, de

³ Embora não seja encontrada uma conceituação geral no Ministério da Educação (MEC), as nomenclaturas **habilitação** e **ênfase** são muito utilizadas em universidades e outras instituições. Mas o termo habilitação caiu em desuso e as universidades estão utilizando a ênfase. Que significa uma **subárea de concentração e aprofundamento de estudos** dentro das disciplinas gerais do curso ou da habilitação.

fato “Teoria da comunicação” (Martino, L. M. S., 2011, p.3), para ele os alunos da graduação podem intuir a questão a respeito das fronteiras disciplinares, mas nem sempre terão como formular uma dúvida epistemológica sobre a apresentação dos conteúdos em sala de aula.

Essa lacuna gera confusão, especialmente quando recorrem a fontes como a internet ou a bibliografias diversas, nas quais não há consenso sobre quais seriam, efetivamente, as Teorias da Comunicação, situação que se agrava ainda mais diante das inconsistências encontradas nas matrizes curriculares das universidades.

Luís Mauro Sá Martino (2013) nos explica que é necessário selecionar o que será debatido em sala de aula e acrescenta a importância de se debater a epistemologia nas universidades Brasileiras.

Dado que os cursos universitários têm uma carga horária limitada, é necessário selecionar o que será discutido e, com isso, chega-se ao problema central: diante da diversidade epistemológica e da pluralidade de teorias da comunicação, como e o que ensinar na disciplina? O problema é compartilhado por outras matérias, mas, no caso de Teoria(s) da Comunicação, trata-se de apresentar um cânone básico da área, para o qual não parece haver definição epistemológica (Martino, L. M. S., 2013, p. 3).

As discussões epistemológicas vêm ganhando força, como ressalta Rafael Grohmann (2018): “o campo da comunicação no Brasil se solidificou tanto institucionalmente – como evidencia, o exponencial crescimento dos programas de pós-graduação – quanto em termos de discussões epistemológicas” (Grohmann, 2018, p.1). Nós estamos falando mais sobre a dimensão epistemológica, em congressos, periódicos e livros da área, porém como já foi citado, Luís Mauro Sá Martino (2013) aponta uma desconformidade entre os debates e o que é levado para as disciplinas de Teorias da Comunicação, principalmente na graduação.

E é na tentativa de entender e debater o motivo de se ensinar “Teoria da Comunicação” que Russi-Duarte (2010, p.1) propõe que “a sala de aula, no ato de ensino, deve ser entendida como um laboratório – cotidiano – de provocações e dúvidas”. O objetivo do autor é o mesmo que o deste trabalho, “problematizar a

relação, no âmbito do ensino com as teorias, a partir de conceitos que tencionam as enganosas ideias redutoras e esquemáticas das mesmas” (Russi-Duarte, 2010, p.1). Nossa ideia com a criação do *Teóricas* é abrir os horizontes dos alunos e permitir que o debate epistemológico chegue à sala de aula.

[...] para avançar no ensino das teorias, a provocação do ato interrogativo proposto por Sócrates: “o que é a coragem?”. Veja-se que não está interessado em saber ou mostrar atos de coragem e obter exemplos – aliás, a resposta verdadeira não seria essa –, porém, interessa-lhe a definição conceitual de coragem (Russi-Duarte, 2010, p. 9)

Russi-Duarte (2010) propõe uma reflexão sobre a necessidade de compreender as teorias não como verdades prontas ou estáticas, mas como orientações que apontam caminhos possíveis a serem explorados. Para o autor, é fundamental que se evite a permanência na zona de conforto intelectual, sendo necessário utilizar e testar as teorias no cotidiano, de modo a provocar, conforme ele afirma, “o processo de inquirição para Peirce” (Russi-Duarte, 2010, p. 9), constituindo-se, assim, um processo efetivamente teórico. Nesse contexto, destaca-se a relevância do papel do professor como agente intelectual e provocador, pois, como reforça o autor, “as teorias são conceitos não dados, sim elaborados; isso quer dizer, construídos nas macro e micro ações dos sujeitos que as pensaram e pensam como executantes de formas de compreender o mundo” (Russi-Duarte, 2010, p. 9).

É importante destacar que participar desse processo não constitui uma tarefa simples, tanto para os docentes quanto para os discentes. Aos professores, cabe a complexa responsabilidade de elaborar ementas que abarque a vasta diversidade de conteúdos teóricos, além de buscar estratégias pedagógicas que tornem esses conteúdos mais acessíveis e compreensíveis.

Para Russi-Duarte (2010, p.13), o que torna o processo de aprendizagem valioso são as interações, o reconhecimento dos erros, as idas e vindas conceituais e as escolhas, entendidas como movimentos essenciais para a compreensão da teoria. Segundo o autor, é fundamental transmitir aos alunos que diferentes pesquisas exigem diferentes teorias, o que não significa diminuir

umas em relação às outras, mas reconhecer que se tratam de escolhas de cada pesquisador e professor.

No entanto, “a tarefa a ser executada é sair da restrição intensamente presente no cenário universitário enquanto compreendido como oposto aos processos teóricos pela exaltação de um profissionalismo mal chamado de prático” (Russi-Duarte, 2010, p. 13). Dessa forma, torna-se possível criar uma aliança entre teoria, epistemologia e metodologia, o que, conforme o autor, “potencializa a compreensão aprofundada do saber (dinâmica dos conceitos) da disciplina”.

Podcast como ferramenta de ensino e aprendizagem

Percebendo a carência de uma forma de ensino que se conecte com o estudante e que possa ser usada como ferramenta para ajudar professores e alunos a debaterem sobre epistemologia, surgiu a ideia para o conteúdo deste trabalho. A proposta foi criar uma ferramenta que possa ser utilizada para suprir as necessidades de alunos e professores no ensino das Teorias da Comunicação, especialmente diante do desafio de tornar os conteúdos teóricos mais acessíveis e compreensíveis. Diante de um cenário em que os professores têm a responsabilidade de elaborar ementas abrangentes e estratégias pedagógicas eficazes, enquanto os estudantes enfrentam uma rotina sobrecarregada e a linguagem densa dos textos, torna-se essencial desconstruir a ideia de que as teorias são excessivamente complexas ou distantes da realidade cotidiana. A ferramenta proposta busca, assim, contribuir para aproximar teoria e prática, facilitando o processo de aprendizagem.

O formato do podcast apresenta-se como uma mídia acessível, capaz de alcançar um amplo público de maneira eficaz. Considerando sua atratividade, especialmente entre os jovens, surgiu a proposta de utilizar o podcast como instrumento para a divulgação dos estudos relacionados às Teorias da Comunicação. Outro ponto que ajudou para a escolha do podcast como ferramenta foi o aumento no número de pessoas que passaram a escutar

regularmente algum podcast no Brasil, durante os anos de 2020 e 2021, em decorrência da pandemia de Covid-19. Nesse período houve um aumento de 33%, o que representava cerca de 28 milhões de brasileiros, com mais de 16 anos, que incorporaram o hábito de ouvir podcasts, durante o período de isolamento social. Mas o hábito de ouvir podcast continuou crescendo, como mostra a pesquisa realizada pela ABPod (2024), na qual, de acordo com os dados, o número de pessoas que escutam regularmente podcasts no Brasil chega a aproximadamente 31,94 milhões de ouvintes é que 40% do público que ouve rádio no Brasil, escuta pelo menos algum podcast. Com esse aumento no número de ouvintes, desde 2022 o Brasil ocupa o posto de terceiro país do mundo com maior número de consumidores de podcast, ficando atrás apenas da Suécia e da Irlanda⁴.

De acordo com Vicente (2018), a primeira menção, que se tem registro, do termo “podcasting” foi publicada na edição de 12 de fevereiro de 2004 do jornal britânico The Guardian. Essa denominação foi usada por Ben Hammersley, autor do artigo *Audible Revolution* (2004), para nomear a prática de produção doméstica e distribuição de arquivos de áudio pela internet que começava a se fortalecer. Porém, ainda segundo Vicente (2018), Hammersley sugeriu o termo quase como uma denominação geral. Somente em agosto daquele mesmo ano, surgiu a prática específica que a expressão nomeava.

O formato como conhecemos hoje surgiu em 2004, quando Adam Curry criou uma ferramenta para enviar arquivos de áudio para tocadores de música. Na época, o agregador Itunes. De forma simples, o podcast é um programa de áudio e vídeo que tem como principal característica distribuir conteúdo atemporal na internet chamado de podcasting. Com o benefício da retrospectiva, tudo parece bastante óbvio. Tocadores de MP3, como o iPod da Apple, em muitos bolsos, softwares de produção de áudio baratos ou de graça, e blogs, uma parte estabelecida da internet; todos os ingredientes estão lá para um novo boom no rádio amador. Mas como chamamos isso? Audioblogging? Podcasting? GuerillaMedia? (Hammersley, 2004, *apud* Vicente, 2018, p. 83)

⁴ De acordo com dados da Statista e IBOPE, publicados na reportagem de ROVAROTO, Isabela. Brasil é o 3º país que mais consome podcast no mundo. Exame, 21 de março de 2022. Disponível em: <<https://exame.com/pop/brasil-e-o-3o-pais-que-mais-consome-podcast-no-mundo/>>. Acessado no dia 29 de outubro de 2022.

No início dos anos 2000, de acordo com Nair Prata (2013), a internet já hospedava 191 emissoras de webrádio. Nesse período, a programação radiofônica se expandiu para além do dial, conseguindo ser adaptada para outras mídias e publicada no site oficial da emissora e nas redes sociais, o que possibilitou o aumento da interação com o público. Essa fase da amplificação do rádio é definida, por Kischinhevsky (2016), como rádio expandido.

Para complexificar ainda mais nosso objeto, é preciso definir o rádio como um meio de comunicação expandido, que extrapola as transmissões em ondas hertzianas e transborda para as mídias sociais, o celular, a TV por assinatura, os sites de jornais, os portais de música. A escuta se dá em AM/FM, ondas curtas e tropicais, mas também em telefones celulares, tocadores multimídia, computadores, notebooks, tablets; pode ocorrer ao vivo (no dial ou via streaming) ou sob demanda (podcasting ou através de busca de arquivos em diretórios). A escuta se dá em múltiplos ambientes e temporalidades, graças a tecnologias digitais que franqueiam também a produção, a edição e a veiculação de áudios a atores sociais antes privados do acesso a meios próprios de comunicação. (Kischinhevsky, 2016, p. 279).

O rádio expandido, conceituado por Kischinhevsky, possibilita a multimidialidade, por meio do uso da linguagem para múltiplas mídias. Ele também favorece a hipertextualidade. Ou seja, a colocação de informações que podem ser acessadas através de links, o que leva ao aprofundamento dos dados em diversas plataformas. Outra característica do rádio expandido é a personalização, quando o ouvinte escolhe o que quer escutar. Além disso, essa nova fase do rádio amplia a interatividade. O rádio expandido permite, também, a formação de banco de dados para se construir uma memória para que se possa acessar os conteúdos preferidos quando quiser.

Porém, quando falamos de podcast, diferentemente do que muitos podem pensar, não estamos falando sobre o rádio. De acordo com Vicente (2018), o podcast tem assumido formatos de produção e características próprias e formando assim uma nova prática de produção e consumo sonoro. O autor divide o podcast em quatro categorias que são elas: os podcasts jornalísticos, ficcionais, programas identitários e divulgação científica e cultural.

Dessas categorias, apresentadas por Vicente (2018), a autora Viana (2019)

detalha as características dos podcasts voltados para o jornalismo e diz que, nesta categoria, os podcasts narrativos ganham destaque e protagonizam a criação dos novos produtos. Outro formato que ganha destaque entre os podcasts jornalísticos, de acordo com Viana (2020), é o uso do *storytelling* para podcasts que se enquadram no narrativo. A autora acredita que algumas “características provenientes do rádio contribuem para potencializar o uso do storytelling em narrativas de podcasts” (Viana, 2019, p. 8).

Ela destaca que a essência do podcast narrativo é baseada na linguagem sonora, que recorre frequentemente à descrição dos fatos, lugares e pessoas; o caráter sinestésico da narrativa radiofônica; e o interesse por histórias humanizadas. Viana (2019) explica que esses conteúdos podem ser atemporais, de caráter seriado e, por não terem um tempo de produção controlado por uma grade de programação, podem-se utilizar várias sonoras para dar vida aos personagens, recorrendo às próprias vozes e depoimentos dos envolvidos.

Com base em Arlindo Machado (2000), Luana Viana (2019) aponta três critérios para compreender como a narrativa seriada pode se manifestar no podcast. Eles tendem a ser divididos em capítulos, ou em episódios seriados divididos por temporadas. E alguns possuem episódios unitários. E mesmo não sendo um podcast jornalístico, o *Teóricas* utiliza a categoria trazida por Arlindo Machado (2000) de episódios seriados, divididos por temporadas e também a característica, trazida por Viana (2019), de humanizar as histórias por meio da descrição dos fatos, lugares e pessoas.

Voltando a Vicente (2018), o autor acredita que a rádio terrestre, especialmente as emissoras comerciais, trabalham em sua maioria com a transmissão ao vivo, com o apresentador em muitos casos sendo o responsável também pela operação técnica. Já nos podcasts, é possível o desenvolvimento de uma produção mais elaborada, com um trabalho de edição complexo, no qual podem ser incluídos ambientes, efeitos, vozes, trilha musical e material previamente gravado. Também, por isso, o podcast está permitindo o resgate do gênero radiofônico ficcional e a produção de trabalhos jornalísticos e

documentais mais sofisticados.

O podcast supera a limitação determinada pela “instantaneidade”, ou seja, de que “a mensagem precisa ser recebida no momento em que é emitida” (ORTRIWANO, 1985). A possibilidade de (re)escuta on demand, característica do podcast, permite às produções exigir de seus ouvintes uma audição mais atenta e imersiva. Assim, também nesses termos, o podcast parece se afastar do rádio convencional estabelecendo com ele uma relação de complementaridade: enquanto este pode preencher com músicas e notícias parte do dia de seus ouvintes, o podcast pode propor outra relação de escuta e, de um modo geral, uma variedade muito mais ampla de programação e um nível mais complexo de experimentação sonora. (Vicente, 2018, p. 105).

Como intuito do *Teóricas* é divulgar o conhecimento científico, ele se encaixa no modelo nomeado como educacional, por Medeiros (2006), mas vai um pouco além, porque a ideia não é disponibilizar aulas gravadas, ou conteúdos que se assemelhem ao de uma aula ou palestra. Por seguir o caminho que é descrito por Vicente (2018) dos podcasts de divulgação científica e cultural, pois o autor traz cinco exemplos de podcasts científicos de áreas diversas que trabalham dentro da perspectiva da divulgação de conhecimentos, mas de forma bastante criativa, com a linguagem característica da internet, o uso de ferramentas como BGs, vinhetas e quadros.

Muitos podcasts trabalham dentro da perspectiva da divulgação de conhecimentos, alguns deles de forma bastante criativa. Entre eles, podemos destacar:

Sternengeschichten (<https://goo.gl/hJiLBp>), Alemanha: podcast sobre astronomia vinculado a um coletivo de blogs de divulgação científica. Ele ocupava, em 7 dezembro de 2017, a vigésima posição entre os podcasts mais ouvidos do iTunes na Alemanha.

Podcasts do College de France, França: a universidade francesa disponibiliza palestras, aulas e seminários em forma de podcasts voltados para as diferentes áreas do conhecimento. Essas produções podem ser acessadas no site da emissora pública France Culture (<https://goo.gl/YAVgzX>).

Les chemins de la philosophie (<https://goo.gl/UAjQBJ>), França: este tradicional programa da emissora France Culture é apresentado por Adèle Van Reeth e traz temas bastante diversos e contemporâneos, que passam pela literatura, cinema, música popular, entre outros.

Blue planet II: The podcast (<https://goo.gl/jc98GP>), Reino Unido: podcast de BBC 1 que tinha seus episódios lançados logo após a exibição do programa televisivo de mesmo nome, apresentado por David Attenborough. Nele, as apresentadoras Emily Knight e Becky Ripley buscam discutir, com algum humor e leveza, as questões apresentadas no

programa televisivo, principalmente por meio de entrevistas com membros da equipe.

99% invisible (<https://goo.gl/HGxW12>), Estados Unidos: um dos podcasts de maior sucesso da história, o programa surgiu como um projeto da emissora pública KALW e do American Institute of Architects de San Francisco. Seu criador, Roman Mars, foi um dos fundadores do coletivo de podcasts Radiotopia (<https://goo.gl/4jUmws>), que reúne algumas das produções norte-americanas de maior sucesso. Segundo seus criadores, “99% Invisível é sobre o pensamento dedicado às coisas sobre as quais não pensamos – sobre a arquitetura e o design despercebidos que moldam nosso mundo” (Vicente, 2018, p. 103).

Os exemplos, trazidos por Vicente (2018), são todos estrangeiros, porém no Brasil existem dois podcasts muito conhecidos pelo trabalho de divulgação científica. Um deles é *Dialéticas Podcast* (2020), que tem como objetivo discutir assuntos da atualidade a partir da produção acadêmica. Produzido de forma independente, ele discute todas as sextas-feiras, um tema a partir de um artigo científico ou capítulo de livro, promovendo a publicação através de um debate leve e explicativo.

Outro exemplo é o podcast *Teorizadah* (2020), sobre epistemologia. Vicente (2018), fala sobre como é fazer pesquisa no mestrado e doutorado em Comunicação na UNISINOS a partir das trajetórias de seus egressos e professores. Esses dois exemplos servem como inspiração para este projeto pois comprovam a possibilidade de utilizar as mídias sonoras como apoio para o ensino das Teorias da Comunicação.

Antes de prosseguir, faz-se necessário um breve recuo para tratar do conceito de divulgação científica, que, conforme argumenta Vogt (2005), seria mais adequadamente denominado como *cultura científica*. Essa expressão pode ser compreendida sob três diferentes interpretações, determinadas pela própria estrutura linguística que a compõe. A primeira delas refere-se à “cultura da ciência”, a qual pode ser entendida tanto como a cultura gerada pela atividade científica quanto como a cultura específica que permeia o meio acadêmico-científico.

A segunda é a “cultura pela ciência”, que envolve a ideia de cultura promovida por meio da ciência ou em favor dela. Já a terceira possibilidade é a

"cultura para a ciência", que se refere à cultura orientada à produção científica e à socialização do conhecimento. Nesse último caso, incluem-se desde ações voltadas à formação de novos cientistas e à difusão científica, até práticas educativas mais amplas, como o ensino em níveis médio e superior, a atuação de museus e a divulgação científica em geral, que contribuem para a apropriação social da ciência e da tecnologia (Vogt, 2005).

Reis (1974 *apud* Massarani, 2018) ressalta que fazer divulgação científica não se resume a falar das maravilhas da ciência, porém mostrar as discussões de forma simplificada para que o público possa entender.

Há muito chegamos à convicção de que a ciência, em nosso país custeada quase exclusivamente pelos cofres públicos, requer, para o apoio que merece, a compreensão da comunidade. Mas esse entendimento não se consegue, ao contrário do que parecem imaginar os cientistas, pela mera exaltação dos méritos da ciência; atinge-se pela paciente educação do povo a respeito do que ela faz e das implicações de suas conquistas. Também julgamos útil esse conhecimento como meio de difundir e mesmo criar atitudes que, indispensáveis ao cientista, não podem deixar de favorecer a boa formação do cidadão comum. Citamos, entre elas, o interesse pela criatividade, o espírito crítico, a busca de isenção nas conclusões e de alternativas, a contínua vigilância para que o simplesmente emocional não nos falseie o raciocínio (Reis, 1974, *apud* Massarani, 2018, p. 10-11).

Para execução do *Teóricas*, foi escolhido como gênero principal do podcast, seguindo a definição de Medeiros (2006), o gênero Educacional e também utilizamos o gênero radiofônico de divulgação científica e cultural, definido por Barbosa Filho (2003). Já os subgêneros utilizados foram às entrevistas e a divulgação tecnocientífica. Esses gêneros foram escolhidos por serem formas de disponibilizar debates, muitas vezes em forma de edições continuadas e, também, por elevarem o nível de consciência e estimular a reflexão, que é exatamente o que buscamos com esse projeto, estimulando a reflexão dos estudantes com relação à importância de se debater sobre epistemologia.

Em cada programa dois professores ou pesquisadores apresentam o assunto de forma intercalada. Por meio das entrevistas em profundidade foi possível obter pontos em comum e de discordância entre os entrevistados e, a

partir disso, foi montado o *script* do programa, com o intuito de explicar o assunto, porém de uma forma que vá além de apenas uma entrevista. Por envolver vários blocos, com perguntas e trechos das entrevistas, o tempo de duração do podcast ficou definido para em média ficar entre 30 a 45 minutos, para ser algo que se pode ouvir durante o caminho para a faculdade, ou em um momento de estudo. E também porque de acordo com algumas pesquisas, como por exemplo, a Podpesquisa⁵ e a Acast⁶ a média de tempo dos podcast é de cerca 40 minutos, podendo chegar até 1 hora, que é o tempo que os ouvintes mais preferem, pois é possível ouvir durante um deslocamento e não fica muito cansativo⁷.

Para ajudar no processo tanto de ensino quanto de aprendizado do podcast, foram escolhidas duas estratégias metodológicas: a primeira foi o *Storytelling*⁸, é uma forma excelente de prender a atenção dos alunos e tem o objetivo a aquisição, a estruturação e o compartilhamento de informações através de uma história sendo contada. Isso cria uma forma fácil de apresentar um conteúdo difícil. Além de trazer para o cotidiano do aluno as Teorias da Comunicação. Essa estratégia pode ser percebida logo no primeiro episódio quando o professor Luís Mauro Sá Martino conta histórias do dia a dia através das Teorias da Comunicação.

A segunda estratégia metodológica é o *Mobile Learning*⁹, conceito que se

⁵ Uma das pesquisas mais consolidadas sobre podcasts no Brasil.

⁶ Empresa que em 2014, desenvolveu uma tecnologia de inserção dinâmica que pode direcionar publicidade em podcasts com base em localização, horário e dados pessoais.

⁷ Trecho das pesquisas realizadas pela Podpesquisa e pela Acast, em 2021, citado no artigo do site Feed Gurus. Disponível em: <<https://feedgurus.com/duracao-ideal-de-podcast/#:~:text=Em%202019%20ele%20foi%20atualizado,%2C%2040%20minutos%2C%20ou%201h30.>>>. Acessado no dia 29 de outubro de 2022.

⁸ O Storytelling é uma metodologia que utiliza a narrativa como ferramenta central para transmitir informações, engajar o público e construir sentido em torno de experiências ou conteúdos. Segundo Godoy (2010), contar histórias permite conectar fatos, ideias e emoções, tornando a comunicação mais envolvente e eficaz. Na comunicação, o Storytelling é aplicado em diversos formatos, como jornalismo, publicidade e mídias digitais, permitindo criar experiências significativas para o público.

⁹ O Mobile Learning (ou m-learning) refere-se ao uso de dispositivos móveis, como smartphones e tablets, para apoiar processos de aprendizagem, permitindo acesso a conteúdos e experiências educativas de forma flexível e contextualizada. Para Moran (2015), o Mobile Learning amplia as

refere ao aprendizado móvel, ou seja, por meio de dispositivos móveis. Quando o aluno consegue aprender com a ajuda de smartphones e tablets, que contam com aplicativos e outras ferramentas digitais para ensino superior. Os conteúdos ficam disponíveis para o acesso dos estudantes a qualquer momento. E por isso escolhemos fazer um podcast e disponibilizar nas plataformas de *streaming*¹⁰ mais utilizadas.

Os podcasts tendem a ser divididos em capítulos, ou em episódios seriados divididos por temporadas. E alguns possuem episódios unitários. E mesmo não sendo um podcast jornalístico, o *Teóricas* utilizou a categoria de trazida por Arlindo Machado (2000) de episódios seriados, divididos por temporadas e também a característica, trazida por Viana (2019), de humanizar as histórias por meio da descrição dos fatos, lugares e pessoas. Como o intuito do *Teóricas* é divulgar o conhecimento científico, ele se encaixa no modelo nomeado como educacional, por Medeiros (2006), mas vai um pouco além, porque a ideia não simplesmente disponibilizar aulas gravadas, ou conteúdos que se assemelha ao de uma aula ou palestra.

Já os subgêneros utilizados foram às entrevistas e a divulgação tecnocientífica. Esses gêneros foram escolhidos por serem formas de disponibilizar debates, muitas vezes em forma de edições continuadas e, também, por elevarem o nível de consciência e estimular a reflexão, que é exatamente o que buscamos com esse projeto, estimulando a reflexão dos estudantes com relação à importância de se debater sobre epistemologia.

Em cada programa professores ou pesquisadores apresentam o assunto de forma intercalada. Por meio das entrevistas em profundidade¹¹ foi possível

possibilidades de educação e comunicação, favorecendo a aprendizagem contínua e a interação com conteúdos multimídia em diferentes ambientes.

¹⁰ *Streaming é a tecnologia de transmissão contínua de áudio e vídeo pela internet, que permite a reprodução em tempo real sem necessidade de download completo ou armazenamento local (CLOUDFLARE, 2023). De acordo com CLOUDFLARE. O que é streaming? 2023. Disponível em: <https://www.cloudflare.com/pt-br/learning/video/what-is-streaming/>. Acesso em: 3 set. 2025.*

¹¹ As entrevistas em profundidade são uma técnica de pesquisa qualitativa que busca compreender, de forma detalhada, percepções, experiências e significados atribuídos pelos entrevistados a determinado tema. Segundo Minayo (2014), esse tipo de entrevista permite explorar aspectos subjetivos e contextuais do fenômeno investigado, oferecendo riqueza

obter pontos em comum e de discordância entre os entrevistados e, a partir disso, foi montado o *script* do programa, com o intuito de explicar o assunto, porém de uma forma que vá além de apenas uma entrevista.

O primeiro episódio, dos dois já divulgados, é intitulado “Teorias Da Comunicação: O Que São? Como Nascem? E Quantas São?” e conta com entrevistas dos professores Luiz Claudio Martino e Luís Mauro Sá Martino, para o segundo episódio, chamado de “A importância do ensino de Teorias nos cursos de Comunicação”, temos a presença de Rafiza Varão e Pedro Russi-Duarte, como convidados. Ambos os programas introdutórios à problemática da epistemologia, o primeiro focado no surgimento do campo e o segundo falando sobre o ensino das teorias da comunicação. Já temos também falas dos entrevistados gravadas, para a produção de um episódio sobre as mulheres que fazem teorias da comunicação, pois durante as pesquisas foi constatado que elas são minoria mas existem e precisam ser debatidas.

O próximo passo do projeto é incentivar cada vez mais alunos a produzirem durante a disciplina de Teorias da Comunicação episódios com temáticas diferentes que possam ser divulgados no *Teóricas* e também levar essa forma de ensino para outras universidades em parceria com outros professores.

Desde o lançamento do podcast, em 17 de abril de 2023, até o dia 3 de setembro de 2025, foram contabilizadas 993 reproduções. Observa-se que o primeiro episódio, Teorias da Comunicação: o que são? Como nascem? E quantas são?, concentrou a maior parte desse total, com 823 execuções, evidenciando um interesse inicial expressivo por parte do público. Já em agosto de 2025, o desempenho foi de 35 reproduções, o que pode indicar um ritmo de crescimento mais gradual ou uma estabilização do alcance da produção.

No Instagram, o perfil @teoricaspodcast registra 49 seguidores e mais de 950 visualizações, sugerindo que a presença em redes sociais contribui para a

interpretativa aos dados coletados. Na comunicação, as entrevistas em profundidade são amplamente utilizadas para analisar comportamentos, opiniões e experiências de públicos e produtores de conteúdo.

visibilidade do projeto, ainda que de forma incipiente. Esses dados permitem refletir sobre o engajamento do público, revelando tanto o potencial de difusão quanto os limites de alcance de iniciativas independentes de divulgação científica e acadêmica.

Últimos episódios

Tudo



Teorias Da Comunicação: O Que São? Como Nascem? E Quantas São?

16 de abr. de 2023

▶ Reproduções	823
⌚ Tempo de consumo	117 h
💬 Comentários	1
📺 Reproduções de clips	0

[Compartilhar](#) [Ir para o episódio](#)

Imagem do Spotify for creators, sobre os dados de reproduções, no dia 03 de abril de 2025.



Imagem da publicação no Sopify, no dia 03 de abril de 2025 Link para o canal no Spotify: <https://open.spotify.com/show/6wTmBv2nv0nzFgAZQRX2nn>

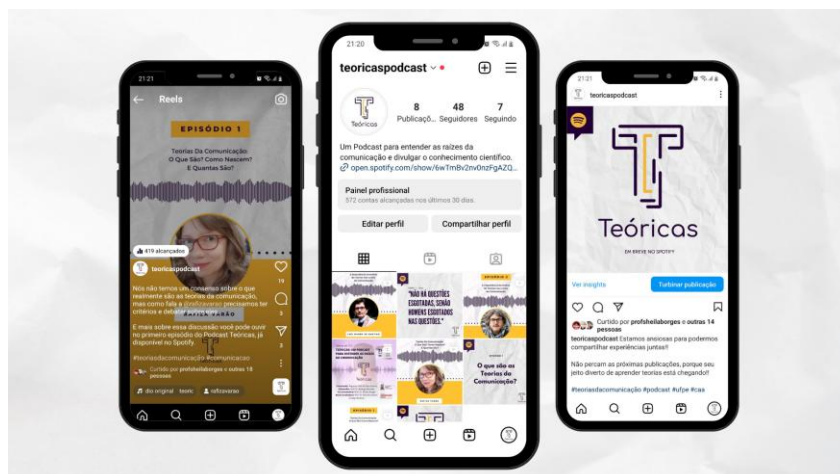


Imagem das publicações no Instagram, no dia 03 de abril de 2025.

Conclusão

O maior desafio em ensinar Teorias da Comunicação é torná-las atrativas para que os alunos possam se interessar pelo tema, mesmo que não exista um consenso sobre o que são Teorias da Comunicação e, como disse o professor Luís Mauro Sá Martino (2011), também, não sabemos em muitos momentos “qual ‘teoria da comunicação’ está sendo levada para as salas de aula? [...] quais são os conteúdos lecionados na disciplina ‘Teoria (ou ‘Teorias’) da Comunicação?’” (Martino, L. M. S., 2011, p. 1). Nesse sentido, é necessário mostrar que as teorias não são “banalidades desnecessárias e que elas não estão distantes do concreto da prática ‘do mercado jornalístico e publicitário’” (Russi-Duarte, 2010, p. 2).

As Teorias da Comunicação estão presentes de forma dinâmica e constante no cotidiano, manifestando-se em diversos contextos, desde a trilha sonora de uma série assistida no fim de semana até as interações realizadas por meio de aplicativos de mensagens instantâneas, como o WhatsApp. Diante disso, torna-se fundamental proporcionar aos estudantes de Comunicação ferramentas que despertem seu interesse e os incentivem a aprofundar os conhecimentos adquiridos em sala de aula, ultrapassando os limites temporais e discursivos das disciplinas curriculares.

O objetivo do podcast *Teóricas*, desde o início, foi produzir uma ferramenta

de divulgação científica com o intuito de propagar os estudos das teorias da comunicação para servir de apoio didático a estudantes e professores de cursos da área. Percebendo a carência de uma forma de ensino que se conecte com o estudante e que possa ser usado como ferramenta para ajudar professores e alunos a debaterem sobre epistemologia, surgiu a ideia de criar o podcast, apresentado nesta pesquisa. Ele permite chegar a um grande número de pessoas de forma fácil e atrativa aos jovens.

O ensino de teorias não pode ser apenas em uma tentativa de simplificar as pesquisas ou torná-las mais “fáceis”, mas explicá-las de forma exemplificada e em uma linguagem acessível. Como disse o professor Luís M. S. Martino (2023, 2min26s), durante entrevista ao *Teóricas*, o maior desafio no ensino de Teorias da Comunicação é torná-las divertidas. Segundo ele, a gente aprende melhor uma coisa que, para nós, é divertida. Por isso o *Teóricas* é uma tentativa de tornar as Teorias da Comunicação mais atrativas aos jovens, por esse motivo o podcast continua para além do que já foi feito com o intuito de que outros estudantes da área de comunicação possam ter acesso a esse conhecimento de forma mais leve e acessível.

Referências

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS (ABPod). *PodPesquisa 2024/2025: panorama do podcast no Brasil – desafios e oportunidades*. São Paulo: ABPod, 2024. Disponível em: <https://abpod.org.br/podpesquisa/>. Acesso em: 3 set. 2025.

ANDRADE, Gabriela. **Estudo mostra que 21,1% da população mundial ouve podcast**. Metrópoles, 11 de outubro de 2023. M Buzz. Disponível em: <<https://www.metrosoles.com/columas/m-buzz/estudo-mostra-que-204-da-populacao-mundial-ouve-podcast>>. Acessado no dia 21 de março de 2024.

BARBOSA, Mariana. **Audiência de podcasts no Brasil registra aumento de 33% em ano de pandemia**. O Globo, 21 de janeiro de 2021. Capital. Disponível em: <<https://blogs.oglobo.globo.com/capital/post/audiencia-de-podcast-cresce-33-em-ano-de-pandemia.html#:~:text=No%20ano%20marcado%20pela%20pandemia,eram%2021%20milh%C3%B5es%20de%20ouvintes>>. Acesso no dia 09 de abril de 2021.

BARBOSA, M. **Paradigmas de construção do campo comunicacional**. In. Hohfeld, A. et alii. *Tensões e Objetos da Pesquisa em Comunicação*. Porto Alegre, Sulina, 2002.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**.

São Paulo: Paulinas, 2003.

BUENO, Wilson da Costa. **Jornalismo científico: revisitando o conceito**. In: VICTOR, Cilene; CALDAS, Graça; BORTOLIERO, Simone (Orgs.). *Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável*. São Paulo: All Print Editora, 2009. p. 157-178.

BUENO, WC. **Jornalismo científico no Brasil: os desafios de uma trajetória**. In PORTO, CM., org. *Difusão e cultura científica: alguns recortes* [online]. Salvador: EDUFBA, 2009. pp. 113-125. ISBN 978-85-2320-912-4. Available from SciELO Books .

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019.

GOBBI, M. C. ; CARARETO, M. ; DARCIE, M. P. ; GONZALES, N. S. **Um estudo sobre os conteúdos ensinados na disciplina de Teorias da Comunicação em cursos superiores de universidades privadas de São Paulo (Brasil)**. QUESTÕES TRANSVERSAIS - REVISTA DE EPISTEMOLOGIAS DA COMUNICAÇÃO, v. 5, p. 107-115, julho/dezembro 2017.

GODOY, Antonio. **Metodologia de pesquisa em administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GROHMANN, Rafael. **Lip Sync For Your Theory: dublagem como dispositivo educ comunicativo no ensino de Teorias da Comunicação**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41., 2018, Joinville. Anais [...]. Joinville: 2018. Acesso em: 18 out. 2022.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2017.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e Mídias Sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

MARQUES, Ângela Cristina Salgueiro; MARTINO, Luis Mauro Sá. **A Comunicação, o comum e a alteridade: Para uma epistemologia da experiência estética**. LOGOS 43 Dossiê: Cotidiano e Experiência, Rio de Janeiro, Vol.22, Nº 02, p.33-54, 2º semestre 2015. Disponível em: <<https://doi.org/10.12957/logos.2015.19600>>. Acesso em: 17 de julho de 2021.

MARTINO, Luiz Claudio. **"Cepticismo e Inteligibilidade do Saber Comunicacional"**. In: Galáxia, Revista do PPG PUC-SP Em Comunicação e Semiótica, São Paulo, v. 5, p. 53-67, 2003a.

MARTINO, Luiz Claudio. **As epistemologias contemporâneas e o lugar da comunicação**. 2003b.

MARTINO, Luiz Claudio. **Abordagens e representação do campo comunicacional. Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 3, n. 8, p.33-54, nov. 2006a. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/79/80>>. Acesso em: 24 ago. 2025.

MARTINO, Luiz Claudio. **Teorias da Comunicação: O Estado da Arte no Universo de Língua Espanhola**. In: XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom 2006b, Acesso em: 24 ago. 2025. Disponível em: <<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/134936595312951496541739505328253523339.pdf>>.

MARTINO, Luiz Claudio (org.). **Teorias da Comunicação: muitas ou poucas?** Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **A disciplina interdisciplinar: uma análise de 31 programas universitários de ensino de Teoria da Comunicação.** In: XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Intercom 2011.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **A disciplinarização da epistemologia no ensino da(s) teoria(s) da comunicação.** Intexto, Porto Alegre, RS, n. 29, p. 5-22, dez. 2013.

MARTINO, Luis Mauro Sá. Qual é o maior desafio em Ensinar Teorias?. In: Rayanne Elisã e Carla Nogueira. **A Importância do ensino de Teorias nos Cursos de Comunicação. Teóricas**, 2023. Acesso em: dia 02 de setembro de 2025. Duração 32 min. Disponível em: <https://open.spotify.com/episode/197ZavSkBxXC8d6qmY6tRK?si=pM9G3dZdRdG-Bv0bsaWZsQ>.

MASSARANI, Luisa. **José Reis: reflexões sobre a divulgação científica** / organizado por Luisa Massarani e Eliane Monteiro de Santana Dias. – Rio de Janeiro: Fiocruz/COC, 2018. 236 p.

MEDEIROS, Macello Santos de. **Podcasting: Um Antípoda Radiofônico.** Anais do XXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Universidade de Brasília, 6 a 9 de setembro de 2006.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde.** 14. ed. São Paulo: Hucitec, 2014.

MORAN, José Manuel. **Novas tecnologias e mediação pedagógica.** 5. ed. Campinas, SP: Papirus, 2015.

PRADO, Magaly. **Produção de Rádio: um manual prático.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

PRATA, Nair. **Panorama da webradio no Brasil.** Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Manaus, de 4 a 9 de setembro de 2013.

ROVAROTO, Isabela. **Brasil é o 3º país que mais consome podcast no mundo.** Exame, 21 de março de 2022. POP. Disponível em: <https://exame.com/pop/brasil-e-o-3o-pais-que-mais-consome-podcast-no-mundo/>. Acessado no dia 29 de outubro de 2022.

RUSSI-DUARTE, Pedro. **Por que ensinar Teoria (da comunicação)?**. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXXIII, 2010, Caxias do Sul. Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, X Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação.

SANTAELLA, L. **Comunicação e Pesquisa.** São Paulo: Hacker, 2001.

SCHRAMM, Wilbur. **Ciencia de la comunicación humana.** Quito: Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación, 1965.

SPOTIFY: o serviço de streaming de música mais popular. TechTudo. Opiniões. Disponível em: < <https://www.techtudo.com.br/tudo-sobre/spotify/> >. Acessado no dia 15 de abril de 2023.

VIANA, Luana. **O Uso do Storytelling no Radiojornalismo Narrativo: Um Debate Inicial para Podcasting.** Anais do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação,

Universidade Federal do Pará, 2 a 7 de setembro de 2019.

VICENTE, Eduardo. Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio. In: SOARES, Rosana de Lima; SILVA, Gislene (org.). **Emergências Periféricas em Práticas Midiáticas**. São Paulo: Rede de Pesquisa em Cultura Midiática – Metacrítica (USP, PUC Minas e UFSC), 2018. p. 88-107.

VOGT, Carlos. **A espiral da cultura científica**. Revista com ciência, 2003. Disponível em: <https://www.comciencia.br/dossies-1-72/reportagens/cultura/cultura01.shtml>. Acesso em: 13 jun. 2025.

Estratégias metodológicas para aulas remotas na IES. Pearson Higher Education. Plataformas de Aprendizagem . Disponível em: <<https://encurtador.com.br/jSVWY>>. Acessado no dia 10 de abril de 2025.