

Teóricas: Um Podcast para entender as raízes da Comunicação¹

Rayanne Elisã da Silva SANTOS²

Helder Henfil Antunes de SOUZA³

Rodrigo Miranda BARBOSA⁴

Sheila Borges de OLIVEIRA⁵

Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, PE

Resumo

O podcast Teóricas tem como propósito ajudar estudantes da área de comunicação a compreender a formação do campo comunicacional e as suas teorias, pois é complicado, para os estudantes no início da graduação, entender o contexto onde foi criada a área da comunicação e os impactos das primeiras pesquisas nos dias atuais. O ponto principal é mostrar aos estudantes a importância do aprendizado desses estudos, que vai além das diferenças entre teoria e prática, pois só assim alcançaremos o objetivo necessário para entender o conceito de divulgação científica.

Palavras-Chaves: Mídias Sonoras; Teorias da Comunicação; Podcast; Divulgação Científica.

INTRODUÇÃO

O podcast Teóricas foi produzido como trabalho de conclusão de curso da aluna Rayanne Elisã da Silva Santos, para curso de Comunicação Social, na UFPE, no Campus Agreste, no ano de 2023 e a ideia para a criação do podcast surgiu da inquietação pessoal da mesma por aprender mais sobre as Teorias da Comunicação e perceber durante o processo de produção que existem podcasts sobre o assunto, porém, ainda muito engessados no formato apenas de entrevistas, o que é um formato importante, por se aprofundar nos temas, mais não é atrativo aos jovens.

O estímulo para a criação de um podcast sobre o tema veio exatamente dessa lacuna percebida. Da falta de um podcast que conseguisse alcançar os estudantes numa linguagem simplificada, mas sem perda de conteúdo, que não fosse apenas uma

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos de/em Comunicação, evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 8 a 10 de maio de 2024.

² Formada em Comunicação Social pela UFPE-CAA, e-mail: rayanne.elisa@ufpe.br;

³ Aluno do curso de Comunicação Social da UFPE-CAA, e-mail: helder.hsouza@ufpe.br;

⁴ Professor do curso de Comunicação Social da UFPE-CAA, e-mail: rodrigo.mbarbosa@ufpe.br;

⁵ Professora do curso de Comunicação Social da UFPE-CAA, e-mail: sheila.boliveira@ufpe.br .

entrevista, ou apenas conceitos. Mas um espaço para debate de ideias, divulgação de trabalhos científicos e, também, ensino de conceitos por meio de entrevistas curtas com professores e pesquisadores da área.

REFERENCIAL TEÓRICO

Desde sua origem a comunicação foi identificada como um campo interdisciplinar, surgido entre o cruzamento da sociologia, psicologia e ciência política, como disserta Luiz Claudio Martino (2006). Por essa razão é tão complexo dar sentido a um conjunto de pesquisas tão diverso e mais confuso ainda é encontrar formas de se ensinar essas pesquisas para aqueles que estão iniciando a carreira acadêmica.

E é na tentativa de representar o campo comunicacional que o autor Martino (2006) escreve em seu artigo “Abordagens e representação do campo comunicacional” sobre as compreensões muito variadas das teorias da área da comunicação e até mesmo sobre a própria natureza do processo comunicacional, que é algo que, segundo o autor, praticamente inviabiliza qualquer trabalho de síntese e deixa pouco espaço para afirmações categóricas sobre o assunto.

Essa preocupação com o agrupamento conceitual das Teorias da Comunicação vem sendo somada nas últimas décadas a uma preocupação crescente em articular essa discussão com questões relativas à delimitação do Campo da Comunicação (Ângela C. S. Marques e Luís Mauro Sá Martino, 2015). Ainda de acordo com os autores, esse agrupamento visa contribuir para a compreensão da natureza, alcance e limites dos fenômenos comunicacionais. E assim estabelecer um objeto específico, bem como da validade dos aportes disciplinares/interdisciplinares que caracterizam a área.

É esse questionamento de entender o que caracteriza as Teorias da Comunicação que motiva autores, como Luís Mauro Sá, que busca investigar, no artigo “A ilusão teórica no campo da comunicação” (2008), sobre quais são os conhecimentos que chamamos de “Teoria da Comunicação”. De acordo com o professor, apenas 23,25% dos livros intitulados por “teoria da comunicação” possuem coincidência entre si. E ele faz uma crítica sobre o fato de, mesmo não havendo consenso sobre o que é teoria da comunicação, existir nos cursos de Comunicação uma disciplina com esse nome.

O professor Luiz Claudio Martino, no seu livro *Teorias da Comunicação Muitas ou Poucas?* (2007), também disserta sobre os livros intitulados “Teoria da Comunicação”. De acordo com Luiz Claudio (2007) é através desses livros que

entramos em contato com as teorias, podendo assim ver a fragilidade do processo de reconhecimento de algumas teorias. Mas, para ele, “é a sistematização das teorias - e não simplesmente sua produção - que dá visibilidade e forma a ideia de teorias da comunicação” (MARTINO, Luiz Claudio. 2007, p.18).

Falando sobre os cursos de comunicação, o Luiz Claudio Martino (2007) nos mostra que, no Brasil, a discussão sobre as Teorias da Comunicação teve início somente na década de 70, 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, de acordo com Luís Mauro Sá (2008), 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, 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 tornar mais forte e ter 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.

E é pensando em “Teorias da Comunicação” como um processo de aprendizagem, algo em construção, que o Pedro 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, Pedro Russi (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 (Pedro 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 DUARTE, 2010, p.12).

A ideia do Pedro Russi, 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 Pedro 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 Pedro Russi-Duarte (2010), que cita em seu texto, Popper (2006 p. 106), 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 Pedro 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 Pedro 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.

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 é 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. E, também, pelo aumento no número de pessoas que escutam regularmente algum podcast no Brasil, de acordo com dados da pesquisa da Kantar Ibope, atualmente são mais de 30 milhões de brasileiros, com mais de 16 anos, que incorporaram o hábito de ouvir podcasts, cerca de 40% dos ouvintes do rádio convencional se engajaram com esse formato entre abril e junho de 2022, um aumento de 30% em relação ao mesmo período de 2021. Já em outubro de 2023, de acordo com pesquisa divulgada pela YouGov, multinacional especializada em pesquisa de mercado on-line, 21,1% da população mundial afirmava ouvir podcasts mais de cinco horas por semana. Enquanto no Brasil, esses ouvintes representam 20,4% da população.

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. 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.

O intuito deste projeto é 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 é utilizar uma linguagem e uma ferramenta que se aproximam dos jovens sem se perder do objetivo, que é ensinar um conteúdo profundo e crítico.

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.

Conclusão

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 Mauro Sá, 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

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-pande>>

[mia.html#:~:text=No%20ano%20marcado%20pela%20pandemia,eram%2021%20milh%C3%B5es%20de%20ouvintes.>.](#) Acesso no dia 09 de abril de 2021.

BARBOSA FILHO, André. **Gêneros radiofônicos: os formatos e os programas em áudio**. São Paulo: Paulinas, 2003.

DUARTE, Pedro Russi. **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.

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. Acesso em: 20 ago. 2022. Disponível em: <<http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/79/80>>.

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

MARTINO, Luis Mauro Sá. **O que foi teoria da comunicação? Um estudo da bibliografia entre 1967-1986**. Revista Comunicação Midiática Bauru, SP, v. 6, n. 1, p. 118–133, 2011a. Acesso em: 19 out. 2022. Disponível em: <<https://www2.faac.unesp.br/comunicacaomidiatica/index.php/CM/article/view/344>>.

MARTINO, Luis Mauro Sá. **Dos “Fundamentos Científicos” à “Teoria da Comunicação”: uma controvérsia epistemológica nas origens da Área**. Comunicação & Informação, Goiânia, Goiás, v. 21, n. 3, p. 107–122, 2018b. DOI: 10.5216/ci.v21i3.50137. Disponível em: <<https://www.revistas.ufg.br/ci/article/view/50137>>. Acesso em: 20 jun. 2021.

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.

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.

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.