

Podcasts na Prática Pedagógica das Ciências da Comunicação

Ana Santiago
Rosa Cabecinhas

Após uma reflexão sobre as competências de comunicação valorizadas na sociedade da informação e o contributo do sistema educativo e das tecnologias da informação e comunicação (TIC) para o desenvolvimento das mesmas, procurou-se explorar o papel dos *podcasts* no processo de ensino-aprendizagem da comunicação, concretamente ao nível do ensino superior na área das Ciências da Comunicação (Santiago, 2009).

Neste sentido, foram efectuadas entrevistas a docentes do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho com o objectivo de conhecer a sua opinião sobre o uso e produção de *podcasts* como uma ferramenta com potencial pedagógico, capaz de promover o desenvolvimento de competências de comunicação.

A escolha do tema prendeu-se com duas ordens de razões: por um lado, o interesse pelas questões das TIC na Educação e na Comunicação, quer como utilizadoras, quer como docentes, quer como formadoras, quer como cidadãs; por outro lado, o facto de os *podcasts* serem um fenómeno relativamente recente e, por isso, uma ferramenta pouco explorada ao nível pedagógico, mas que pode constituir uma mais-valia no processo de ensino-aprendizagem da comunicação.

O despertar para este fenómeno aconteceu no seguimento da leitura de alguns artigos nacionais e internacionais sobre os *podcasts* e de um con-

junto de estudos realizados no âmbito do projecto de investigação “Implicações pedagógicas da utilização de *podcasts* em *blended-learning*”, desenvolvidos na Universidade do Minho (Carvalho et al., 2008a; 2009a, b).

Os Podcasts e as Competências de Comunicação

A revolução tecnológica e digital que caracteriza a sociedade actual produziu mudanças significativas na forma de comunicar e de aprender. A *Internet* passou a ser um meio de comunicação privilegiado dado o seu elevado nível de interactividade e, simultaneamente, «uma ferramenta poderosa de aprendizagem quer no âmbito da educação formal quer ao longo de toda a vida, bastando para isso que a escola desenvolva em cada indivíduo a capacidade de aprender e a de aprender continuamente, sendo esta uma grande vantagem num mundo marcado por constantes mutações» (Santiago, 2009: 51). Por isso, Paulo Dias (2007: 31) refere que «comunicar e aprender em rede são, assim, aspectos da mudança em curso no desenvolvimento da educação e formação para a Sociedade do Conhecimento».

Contudo, cabe agora aos docentes e formadores, enquanto facilitadores do processo de aprendizagem, seleccionar na *Web 2.0* as aplicações mais adequadas para a prática pedagógica.

É neste contexto que aparecem os *podcasts* como uma ferramenta capaz de promover a «aprendizagem independente, colaborativa e activa e o desenvolvimento de determinadas competências» (Salmon et al., 2007 in Marques & Carvalho, 2009: 165). Como o *podcast* resulta da conjugação de informação multifacetada (locução, imagens, músicas, vídeos, etc.), o estudante «pode educar-se visual e auditivamente (no domínio da publicidade, por exemplo); pode proceder a uma auto-regulação do seu desempenho linguístico (em termos de comunicação e expressão oral, por exemplo) e, entre muitas outras possibilidades, pode ainda proceder à análise de produções linguísticas autênticas, através de um *corpus* que documenta o desenvolvi-

mento da linguagem» (Matos, 2009: 312).

Além disso, «a construção de um podcast com áudio e vídeo pode motivar o aluno, de forma mais intensa e justificada, para aprendizagens mais exigentes e menos frequentes como, por exemplo, o exercício de auto-avaliação do seu desempenho a nível da comunicação e da expressão oral» (Matos, 2009: 312).

Mas as potencialidades pedagógicas desta ferramenta não se limitam apenas à sua produção, os *podcasts* podem também ser utilizados «como objecto e como instrumento de estudo privilegiado em várias matérias curriculares (publicidade, oralidade e linguagem)», com particular interesse no ensino universitário (Matos, 2009: 311).

Desta forma, «pensa-se que existe uma relação directa entre as competências de comunicação e os podcasts na medida em que a sua produção e utilização em contexto pedagógico permite a aplicação e o desenvolvimento daquelas competências» (Santiago, 2009: 80).

Os Podcasts e as Ciências da Comunicação

Com o advento da *Internet*, as organizações passaram a fazer parte de um mercado global e a comunicar a uma escala planetária. Talvez por isso, «hoje as empresas desenvolvem muitas das suas acções de comunicação a partir da *Web 2.0*, mudando a sua forma de relacionamento com os seus públicos de interesse, em particular com os seus clientes» (Santiago, 2009: 60).

A Publicidade, por exemplo, deixa de ser apenas unidireccional para contemplar a interacção com o público, sendo «cada vez mais feita pelo próprio cidadão, então tornado cidadão publicitário» (Eliás, 2007: 1).

As Relações Públicas passam a utilizar o ciberespaço como «uma extensão de *media* para divulgar conteúdos, receber utilizadores, organizar agendas comerciais, divulgar a programação de eventos e

comunicar com o novo público [...] da emergente geração *Internet*»

Inclusivamente passam a organizar eventos *online* (Elias, 2007: 2).

O Jornalismo é forçado a repensar o seu funcionamento pois «com a *Web 2.0*, os cidadãos comuns deixam de ser apenas leitores e espectadores para serem eles próprios produtores de conteúdos, emergindo assim um novo conceito de jornalismo, denominado de Jornalismo Participativo, Jornalismo Cidadão ou mesmo Jornalismo *Open-Source*» (Santiago, 2009: 61).

É precisamente neste contexto que aparecem os *podcasts* como uma ferramenta da *Web 2.0* cada vez mais utilizada pelas organizações, «dado que com um investimento mínimo, estas conseguem disponibilizar conteúdos pertinentes e atraentes no mundo *online*, melhorando significativamente a sua forma de informar, comunicar e publicitar» (Santiago, 2009: 82).

A propósito, Greg Cangialosi (2008: 12) refere que os *podcasts* podem ser utilizados em várias áreas funcionais, por exemplo na publicidade e *branding*, na formação profissional, nas relações públicas, nas relações com os *media* e na comunicação interna. E adianta, ainda, que os *podcasts* podem ser utilizados para muitos fins e a sua versatilidade permite uma adaptação rápida e eficaz às necessidades das organizações. Para este autor, o *podcasting* oferece quatro grandes vantagens às organizações: 1) «construir a sua reputação como líder de mercado» através da adesão aos “*social media*”; 2) «construir o futuro do meio» na medida em que é recente e o seu potencial ainda não está totalmente explorado, constituindo uma mais-valia para a organização que o desenvolve e, ao mesmo tempo, uma oportunidade para aproximar os clientes deste meio; 3) «construir uma relação com os clientes», criando-se uma audiência e uma base de subscritores de conteúdos com os quais será possível manter o contacto; 4) «construir uma biblioteca de conteúdos» que estando disponível *online* poderá ser acedida por qualquer pessoa a qualquer momento, atraindo desta forma novos subscritores. Con-

tudo, para que tudo isto funcione, a organização deverá, por um lado, conhecer bem a sua audiência para criar *podcasts* ajustados às suas necessidades e expectativas e, por outro lado, solicitar *feedback* para que a audiência se sinta parte integrante do processo (Cangialosi, 2008: 13-14).

Além disso, os *podcasts* ganham cada vez mais expressão no âmbito da comunicação organizacional na medida em que cumprem três requisitos chave: são direccionados, relevantes e mensuráveis. Este último tem um interesse particular porque as organizações têm que ser capazes de medir o retorno dos seus investimentos (*ROI – Return on Investment*) para definirem novos objectivos e estratégias. Por todas estas razões, as organizações, em geral, e as que trabalham com a área da comunicação, em particular, devem reflectir seriamente sobre a integração e o uso dos *podcasts* na sua actividade, até porque o número de adeptos tem disparado nos últimos anos.

Segundo um estudo publicado na *eMarketer* de Março de 2006¹ mais de 10 milhões de pessoas fizeram *downloads* de *podcasts* nos EUA e as previsões apontavam para um crescimento ano após ano. Em 2008, aquela publicação americana salientava que o número de *downloads* de *podcasts* nos EUA tinha aumentado para 17,4 milhões (9% dos utilizadores da *Internet*), tendo sido previsto um crescimento para cerca de 37,6 milhões até 2013, representando 17% dos utilizadores da *Internet*.² Talvez por isso, o *podcasting* está a tornar-se um meio apetecível para a publicidade e os patrocínios. Em 2006, o investimento nos EUA foi de 80 milhões de dólares, em 2010 prevê-se que o investimento seja de 400 milhões de dólares, segundo a

¹ <http://www.emarketer.com/Report.aspx?code=podcasting-maro06> [Data de acesso: 3 de Julho de 2009]

² http://www.emarketer.com/Reports/All/Emarketer_2000569.aspx [Data de acesso: 3 de Julho de 2009]

eMarketer.³ Obviamente, estes indicadores referem-se apenas ao mercado norte-americano mas é provável que o mesmo esteja a acontecer noutros países onde a Web 2.0 se tem afirmado, nomeadamente na Europa.

Perante esta nova realidade, as competências exigidas aos profissionais de comunicação mudam, ou melhor, às competências anteriores juntam-se novas, sendo necessária uma formação orientada para o desenvolvimento de competências quer profissionais (próprias de cada profissão na área da comunicação, como por exemplo jornalista, publicitário, relações públicas, realizador) quer técnicas (nomeadamente, uma capacidade multimédia), tendo aqui o ensino superior e a formação profissional um papel decisivo.

Utilização e produção de podcasts

Foram realizadas onze entrevistas exploratórias a docentes do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade do Minho.

O guião da entrevista, relativamente aos *podcasts*, teve como objectivo recolher opiniões sobre o uso e produção de *podcasts* na prática pedagógica das ciências da comunicação. Integrou nove questões que procuraram conhecer:

1. a integração dos *podcasts* na prática pedagógica das ciências da comunicação, tendo em conta a taxonomia dos *podcasts* (Carvalho *et al.*, 2008b);
2. o contributo dos *podcasts* para o desenvolvimento de competências de comunicação;
3. as principais barreiras ao uso/produção de *podcasts* na prática pedagógica.

³ http://www.emarketer.com/Reports/All/Em_ad_podcast_febo7.aspx [Data de acesso: 3 de Julho de 2009]

Para este estudo foram seleccionados docentes especialistas em diferentes áreas da comunicação (3), desde o jornalismo (4) às relações públicas (1), passando pelo audiovisual e multimédia (3). Procurou-se auscultar docentes quer de unidades curriculares eminentemente teóricas (15) quer de unidades curriculares de carácter mais prático (9), com forte componente tecnológica. A grande maioria dos entrevistados lecciona nos dois ciclos (licenciatura e mestrado).

Os resultados

No que se refere à integração dos *podcasts* na prática pedagógica foi possível verificar que o uso desta ferramenta da *Web 2.0* ainda não é generalizado entre os docentes de ciências da comunicação, sendo usados por dois docentes, embora três outros docentes estejam a ponderar o seu uso no próximo ano lectivo. Apesar disso, os docentes têm incentivado os estudantes a usar *podcasts*.

Os *podcasts* utilizados pelos dois docentes são os materiais autênticos, de acordo com a taxonomia de Carvalho et al. (2008b), tais como programas de rádio, gravações de conferências, entrevistas, etc; são quase sempre produzidos por profissionais de comunicação, na maior parte das vezes jornalistas da rádio (por exemplo: TSF e Antena 1). A título de exemplo, um docente salientou o «programa do Francisco Sena Santos, um jornalista da Antena 1 que faz um programa diário em podcast por iniciativa própria (...) em que ele faz uma espécie de revisão das notícias do dia, acompanhadas com um fundo musical e com a locução dele».

O formato mais utilizado é o áudio, sobretudo pelos docentes da área do jornalismo, seguindo-se o formato vídeo que foi referido por dois docentes da área do audiovisual e multimédia. Curiosamente, o formato *enhanced podcast* não foi referido por nenhum docente auscultado neste estudo.

Geralmente, os docentes utilizam *podcasts* de curta duração (um

a cinco minutos). A propósito, o docente que utiliza os *podcasts* do programa do Sena Santos lembra que estes têm uma duração média de cinco minutos. Pontualmente, são utilizados *podcasts* mais longos, mas nunca superiores a 15 minutos.

Apesar disso, foi possível constatar que os estudantes têm sido convidados a produzir vídeos sendo disponibilizados na plataforma de *e-Learning* ou alojados no *YouTube*. A propósito, um docente referiu na entrevista que os estudantes da sua unidade curricular tiveram que produzir «registos de entrevistas encostados em peças escritas ou em reportagens multimédia, portanto, combinando, muitas vezes, o visual, o sonoro e o escrito», que poderiam ter a forma de um *podcast* no espaço *online*. Os docentes utilizam sobretudo materiais autênticos produzidos por profissionais da comunicação, de estilo formal (por exemplo, crónicas de opinião,...), embora também sejam utilizados *podcasts* de estilo informal (*sketchs*, ...).

Relativamente à finalidade, foi possível constatar que os docentes utilizam os *podcasts* para motivar e sensibilizar, já que os estudantes reagem muito bem às novas tecnologias. Um dos docentes considera que o nível de atenção dos estudantes aumenta quando os *podcasts* são utilizados na sala de aula, embora não esteja seguro desta conclusão.

Por outro lado, os docentes utilizam os *podcasts* como conteúdos complementares para aprofundamento de temas específicos em função do interesse de cada estudante ou grupo. Neste sentido, os *podcasts* são utilizados como ilustração, como documentação de matérias, não propriamente como produção, nem como matéria de análise.

Geralmente, os docentes utilizam os *podcasts* na sala de aula e incentivam os estudantes a aceder aos *podcasts* noutros contextos, nomeadamente a partir da plataforma de *e-Learning* onde são facultados os *links* ou a partir dos *sites* originais onde os *podcasts* são disponibilizados.

Quando auscultados sobre o contributo dos *podcasts* para o

desenvolvimento de competências de comunicação, os docentes responderam que a ferramenta tem potencial mas não resolve tudo, até porque a sua utilização/produção implica um conjunto de competências que devem ser desenvolvidas previamente. A propósito, um docente refere que «o podcast não faz milagres. Tem que haver uma boa história, uma boa mensagem para ser transmitida e as competências têm que estar desenvolvidas antes». Na mesma lógica, um outro docente lembra que a utilização desta ferramenta implica ter competências para ser um *pivot* e, por outro lado, ter competências para criar mensagens apelativas. Contudo, como os *podcasts* são publicados na rede e acedidos por muitas pessoas, os seus autores acabam por ter maior preocupação com o conteúdo e com a forma, funcionando este processo como treino de competências de comunicação.

Como refere um dos entrevistados, o *podcast* pode ser uma ferramenta muito interessante para o estudante «aprender coisas sobre comunicação naquela plataforma em particular, porque o facto de ser gravado é, desde logo, um elemento que vai interferir na comunicação» e simultaneamente «aprender coisas sobre as potencialidades daquela ferramenta».

As barreiras ao uso e produção de *podcasts* na prática pedagógica são de diversas naturezas, a começar pela própria limitação do *podcast*. Segundo um dos entrevistados «um podcast não é um meio de comunicação (como um *blog*), é um conteúdo que pode depois ser veiculado em diferentes meios de comunicação. Antes do *podcast* eu tenho o conteúdo. O *podcast* é já uma forma de divulgação».

Segundo os docentes entrevistados existem constrangimentos de ordem técnica pois a produção de um *podcast* de qualidade exige algum equipamento, bem como algum espaço disponível nos servidores, pois os ficheiros audiovisuais são geralmente muito pesados.

Os docentes referem ainda que a produção de *podcasts* é condicionada, por um lado, pela falta de tempo (como se sabe, uma

produção desta natureza pode envolver várias horas, daí que seja importante produzir com o objectivo de reutilizar) e, por outro, pela falta de formação específica (a produção de um *podcast* envolve um conjunto de competências digitais que nem sempre estão desenvolvidas nos docentes).

Estes factores, conjugados com a falta de *podcasts* sobre matérias específicas de determinadas unidades curriculares, fazem dos *podcasts* uma ferramenta ainda pouco explorada ao nível pedagógico. Contudo, há quem assuma uma posição optimista em relação ao futuro do *podcast*, afirmando que «já se banalizou a disponibilização de slides, se calhar lá virá o tempo de banalizarmos também uma forma de disponibilizar materiais de aprendizagem a partir de *podcasts*».

Os Podcasts na Formação Profissional

Nos últimos anos, o sistema educativo tem integrado progressivamente os *podcasts* na prática pedagógica, especialmente o ensino superior. Isto deve-se ao facto de os *podcasts* permitirem, por um lado, inúmeras aplicações e usos e, por outro lado, constituírem uma ferramenta útil para vários formatos de ensino. Daí que Marques e Carvalho (2009: 172) refiram que «estamos, por isso, perante uma tecnologia com enorme potencial tanto para o ensino a distância, como para o ensino presencial».

Nesta lógica, os *podcasts* podem também desempenhar um papel fundamental no âmbito da formação profissional, com utilidade para formadores, entidades formadoras e formandos.

Os formadores podem utilizar os *podcasts* para apresentar conteúdos de uma forma mais apelativa, com a vantagem de poderem ser reutilizados em várias acções de formação. Desta forma, os textos e casos lidos repetidas vezes pelo formador poderiam transformar-se em ficheiros áudio ou vídeo profissionais, com a possibilidade de ser exibidos dentro e fora da sala de formação. Estes registos pode-

riam terminar em alguns casos com uma pergunta para lançar a discussão e/ou reflexão. Desta forma, seria possível praticar o método expositivo e interrogativo.

Além disso, os *podcasts* podem ser utilizados em inúmeras actividades pedagógicas, nomeadamente para dar instruções sobre a realização das mesmas, para registar a execução das actividades pelos formandos e, simultaneamente, dar *feedback* sobre o seu desempenho. Isto seria especialmente vantajoso para os formandos que poderiam aceder a estes conteúdos após a formação, reforçando a aprendizagem. Por outro lado, estes registos seriam úteis para a entidade formadora que passaria a ter um dossier pedagógico com ficheiros digitais ilustrativos de momentos decisivos da formação, úteis para o processo de avaliação final.

Os formadores podem ainda recorrer a materiais autênticos disponíveis *online* para facilitar e enriquecer o processo de ensino-aprendizagem. Uma entrevista, por exemplo, poderia ser um excelente recurso para analisar a performance quer do jornalista quer do entrevistado, retirando-se daí um conjunto de ensinamentos úteis no âmbito de uma formação em assessoria de imprensa. Aqui seria privilegiado o método demonstrativo.

A fim de explorar o método activo, os formadores podem ainda incentivar os formandos a produzir *podcasts*, *vodcast* ou *enhanced podcast* para diversos fins. A título de exemplo, poderia solicitar a cada formando ou grupo de formandos um *podcast* que resumisse a matéria ministrada ao longo de uma acção de formação, funcionando como uma espécie de registo de aprendizagem, com utilidade para os autores que poderiam mais tarde recordar a experiência formativa e para outras pessoas que, não tendo frequentado a formação, poderiam conhecer os seus aspectos essenciais.

Estas são apenas algumas sugestões de utilização de *podcasts* na área da formação. Em função das temáticas abordadas, poderão ser encontradas outras formas de aplicação dos *podcasts*.

Considerações finais

Nos últimos anos, os *podcasts* têm sido utilizados em vários campos de actividade, em particular na educação e na comunicação. Se por um lado, os *podcasts* têm um enorme potencial pedagógico, capaz de promover a aprendizagem individual e colaborativa, bem como o desenvolvimento de determinadas competências, tais como as competências de comunicação; por outro lado, constituem um meio de comunicação poderoso ao serviço das organizações na medida em que permitem informar, comunicar, publicitar, patrocinar de uma forma direccionada e apelativa.

Esta nova realidade exige dos profissionais o domínio destas ferramentas quer do ponto de vista técnico quer comunicacional, cabendo aos sistemas de educação e de formação o desenvolvimento dessas competências.

No estudo realizado verificou-se que o uso dos *podcasts* ainda não é generalizado entre os docentes de ciências da comunicação mas a atitude é favorável em relação à sua integração futura na prática pedagógica.

Por fim, foi possível constatar que os *podcasts* podem ser um recurso pedagógico valioso no âmbito da formação profissional, quer à distância quer presencial. Para que o seu uso seja efectivo, será necessário antes de mais formar e sensibilizar os profissionais da formação para os *podcasts*.

Referências

- Aguiar, C., Alves, C. & Maciel, R. (2009). Novas Ferramentas da Web 2.0. geram Novas Parcerias. In Carvalho, A. (Org.) (2009), *Actas do Encontro sobre Podcasts*. Braga: CIEEd, pp. 300-304.
- Cangialosi, G. (2008). The Podcasting Revolution. In Geoghegan, M., Cangialosi, G., Irelan, R., Bourquin, T. & Voegelé, C. (2008). *Podcast Academy: The Business Podcasting Book*. Amsterdam: Elsevier, pp. 5-19.
- Carvalho, A. A.; Aguiar, C.; Cabecinhas, R. & Carvalho, J. (2008a). Integração de Podcasts no Ensino Universitário: Reacções dos Alunos. *Prisma.com*, nº 6, 50-74. Disponível em <http://prisma.cetac.up.pt>
- Carvalho, A. A.; Aguiar, C.; Carvalho, C. J.; Oliveira, L. R.; Cabecinhas, R.; Marques, A.; Santos, H. & Maciel, R. (2008b). *Taxonomia de Podcasts*. Disponível em http://www.iep.uminho.pt/podcast/Taxonomia_Podcasts.pdf
- Carvalho, A. A., Aguiar, C. & Maciel, R. (2009a). Podcasts no ensino superior em regime b-learning: um estudo na Universidade do Minho. In A. A. A. Carvalho (org.), *Actas do Encontro sobre Podcasts*. Braga: CIEEd, 22-38.
- Carvalho, A. A., Aguiar, C. & Maciel, R. (2009b). Taxonomia de Podcasts: da criação à utilização em contexto educativo. In A. A. A. Carvalho (org.), *Actas do Encontro sobre Podcasts*. Braga: CIEEd, 95-105.
- Dias, P. (2007). Mediação colaborativa das aprendizagens nas comunidades virtuais e de prática. In Costa, F., Peralta, H. & Viseu, S. (orgs.) (2007), *As TIC na Educação em Portugal – Concepções e Práticas*. Porto: Porto Editora, pp. 31-36.

Elias, H. (2007). *e-RP: As Relações Públicas na Era da Internet*. Disponível em <http://www.bocc.uib.pt>.

Marques, C. & Carvalho, A. (2009). *Podcasts no Ensino Superior: Um Estudo em Licenciaturas de Gestão*. In Carvalho, A. (Org.) (2009), *Actas do Encontro sobre Podcasts*. Braga: CIEEd, 163-175.

Matos, J. (2009). “Podcast” – Pode o quê? In Carvalho, A. (Org.) (2009), *Actas do Encontro sobre Podcasts*. Braga: CIEEd, 309-312.

Santiago, A. (2009). *Comunicação, Educação e Tecnologia: os Podcasts na Prática Pedagógica das Ciências da Comunicação*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação, na área de Especialização em Comunicação, Cidadania e Educação, Universidade do Minho