



GT 3 – Mediação, Circulação e Apropriação da Informação

ISSN 2177-3688

O PODCAST COMO INSTÂNCIA DE MEDIAÇÃO ORAL DA INFORMAÇÃO

THE PODCAST AS AN INSTANCE OF ORAL MEDIATION OF INFORMATION

Marcos César Triches - Universidade Estadual de Londrina (UEL)

João Arlindo dos Santos Neto - Universidade Federal do Pará (UFPA)

Sueli Bortolin - Universidade Estadual de Londrina (UEL)

Modalidade: Trabalho Completo

Resumo: Discute a mediação oral da informação em ambientes digitais nos *podcasts* da Ciência da Informação. Apresenta o panorama da área quanto aos *podcasts* como instância mediadora e mapeia as iniciativas na Ciência da Informação no Brasil, considerando os cursos de Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia. Como objetivo investiga de que forma ocorre a mediação oral da informação em ambientes digitais com foco na incidência de *podcasts* na CI e as iniciativas brasileiras vinculadas a este campo. A pesquisa é do tipo exploratória, de abordagem qualitativa e tem como método a pesquisa documental. Os documentos analisados foram as próprias plataformas de *podcast* e seus programas. A coleta de dados se deu em três plataformas de *streaming* a partir dos termos “ciência da informação”, Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia. Como resultados, identifica 20 iniciativas de universidades e 20 de estudantes. No entanto, apresenta a análise de dois podcasts, Prancheta Fabicana e Museológicas Podcasts, fundamentada na perspectiva das dimensões da mediação da informação. Além disso, evidencia que há uma descontinuidade dos *podcasts* idealizados por estudantes quando comparado àqueles realizados por universidades. Além de considerar o *podcast* como instância mediadora oral da informação na medida em que há uma interferência pelos produtores e, também, pelo seu caráter informativo, a pesquisa conclui que os podcasts configuram-se um *locus* privilegiado para o alcance das dimensões da mediação da informação.

Palavras-chave: mediação oral da informação; *podcast*; oralidade; oralidade mediatizada.

Abstract: Discusses the oral mediation of information in digital environments in Information Science podcasts. It presents the panorama of the area regarding podcasts as a mediating instance and maps the initiatives in Information Science in Brazil, considering the Librarianship, Archiveology and Museology courses. The objective is to investigate how the oral mediation of information occurs in digital environments with a focus on the incidence of podcasts in IC and Brazilian initiatives linked to this field. The research is exploratory, with a qualitative approach and its method is documentary research. The documents analyzed were the podcast platforms themselves and their programs. Data collection took place on three streaming platforms using the terms “information science”, Librarianship, Archiving and Museology. As a result, it identifies 20 university initiatives and 20 student initiatives. However, it presents the analysis of two podcasts, Prancheta Fabicana and Museológicas Podcasts, based on the perspective of the dimensions of information mediation. Furthermore, it shows that there is a discontinuity in podcasts created by students when compared to those created by universities. In addition to considering the podcast as an oral mediator of information insofar as there is interference by producers and also due to its informative nature, the research concludes that podcasts are a privileged locus for reaching the dimensions of information mediation.

Keywords: Oral mediation of information; podcast; orality; mediated orality.

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa apresenta resultados de uma pesquisa concluída em nível de mestrado em um Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Discute a mediação oral da informação em ambientes digitais, com foco na incidência de *podcasts* na Ciência da Informação (CI), o conceito de mediação oral da informação, apresenta o panorama da área quanto aos *podcasts* enquanto instância mediadora e mapeia as iniciativas de *podcasts* na área de Ciência da Informação no Brasil, considerando os cursos de Biblioteconomia, Arquivologia e Museologia.

A constante evolução das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDIC), especialmente nas últimas duas décadas, gerou muitas ferramentas e plataformas em ambientes digitais, auxiliando a interação entre humanos e a de humanos com as máquinas. Exemplos de ferramentas e plataformas são as redes sociais, *wikis*, *blogs*, *RSS feeds*, mensagens síncronas e *streamings*. Decorrente da combinação de algumas dessas ferramentas surge em 2004 o *podcast*. Mesmo surgindo há quase 20 anos, pode-se dizer que tanto seu consumo¹ quanto seu uso como objeto de pesquisa foram tardios no Brasil.

Os *podcasts* são arquivos de áudio, gravados em formato digital que são disponibilizados por meio de plataformas de *streaming*. Atualmente o formato é distribuído majoritariamente nas plataformas Spotify, Google Podcast, YouTube, Deezer e Apple Podcast (MARTINS; VIEIRA, 2021). Os *podcasts* não podem ser considerados apenas arquivos de áudio, mas um veículo de informação que proporciona a discussão e desenvolvimento de novas ideias. Portanto, são relevantes as discussões sobre esse novo recurso que causou uma retomada na forma de se consumir informação e cultura por meio da oralidade, logo, é necessário conhecê-lo melhor e aprofundar as discussões sobre ele, uma vez que está cada vez mais presente na sociedade.

O objetivo geral da pesquisa consistiu em investigar como ocorre a mediação oral da informação em ambientes digitais com foco na incidência de *podcasts* na CI e as iniciativas brasileiras vinculadas ao campo da CI. Assim, busca-se ampliar as discussões voltadas ao

¹ O termo consumo é aqui adotado pois se considera o podcast como um recurso informacional e/ou serviço de informação, logo, é consumido pelo leitor-ouvinte. No entanto, ressalta-se que após essa relação do leitor-ouvinte com o podcast, o processo decorrente desse encontro é o da apropriação do conteúdo, que pode levar a modificação do arcabouço de conhecimentos do leitor-ouvinte.

conceito de mediação oral da informação centrado na busca e apropriação da informação e do conhecimento por meio da oralidade, sobretudo, considerando o *podcast* como instância mediadora da informação.

2 ORALIDADE E ORALISFERA NUM CONTEXTO TECNOLÓGICO

De acordo com Ong (1998) foram nas décadas de 1960 e 1970 que as pesquisas deram início às relações entre culturas orais e escritas². Estudos eram realizados em várias áreas do conhecimento, e enfatizavam o caráter oral da linguagem. Para se estudar o que foi considerado como oralidade primária, muitos pesquisadores buscaram analisar sociedades que mantinham estruturas culturais calcadas na oralidade, ainda mesmo no século XX, e isso era representado por meio de exposições, danças, melodia, cantos, epopeias.

Para Ong (1998), há duas situações da oralidade nas sociedades, e podem ser divididas em “oralidade primária” e “oralidade secundária”. No primeiro caso, a oralidade presente é caracterizada por estar em uma sociedade que não possui conhecimento da escrita ou mesmo qualquer nível de letramento. Nesse momento, considera-se como artifícios dessa oralidade o som puro, sem a representação gráfica, a ação da voz e seu poder (relacionada à impossibilidade de parar a voz no tempo), importância de fórmulas mnemônicas, presença exaustiva de conjunções aditivas, entre outras.

Por outro lado, na “oralidade secundária” a sociedade é caracterizada pela existência da escrita, uma vez que a escrita é presente na elaboração de frases ou mesmo a imagem mental da palavra grafada no momento da fala. Para Ong (1998), a tecnologia, que é a escrita em si, proporciona a preservação da palavra para futuras gerações, transformando a palavra natural para a palavra artificial, e conseqüentemente, propicia que a consciência humana possa trabalhar em ações mais reflexivas. A “oralidade secundária” é marcada pela cultura de alta tecnologia e sustentada por meios eletrônicos (telefone, rádio, televisão etc.). Esses meios necessitam da escrita e da imprensa. Para o autor não existe cultura de oralidade primária no sentido estrito.

Nesse sentido, Bortolin (2010, p. 43) reforça o pensamento de Ong, uma vez que destaca os momentos da oralidade em *oralidade ancestral* e *nova oralidade*, o primeiro consiste em “expressar ideias e sentimentos com voz viva” e tem como limitação o alcance

² Ver mais sobre essa aproximação em Cook-Gumperz e Gumperz (1981), que destacam três grandes momentos na história quando se relaciona escrita e oralidade.

acústico, o segundo momento, por sua vez, pressupõe o uso de uma tecnologia para a transmissão oral. As duas oralidades coexistem atualmente na sociedade e ambas são importantes fenômenos de estudos.

Para Zumthor (2010), a oralidade é dividida em quatro tipos: 1) oralidade pura ou primária, nesse tipo, praticamente, inexiste o contato com a escrita; 2) oralidade mista, a influência da escrita é remota ou fraca; 3) oralidade secundária, nesse momento é marcada pela influência da escrita; e 4) oralidade mecanicamente mediatizada, caracterizada pelas reproduções nos meios de comunicação. Apesar dessa categorização, Zumthor (2010) considera esse conceito como redutor, restringindo a oralidade à expressão oral, pois não é uma forma que capta a vivacidade da manifestação poética que vem da voz. A voz possui materialidade e concretização, por meio de características como registro e altura, tom, timbre, espessura concreta. Zumthor (2005) afirma que a *nova oralidade*, mediada pelas novas tecnologias, é o que tem favorecido o retorno à voz. Nesse sentido, ambientes digitais têm se mostrado como palco das novas mediações orais. Uma das formas de manifestação da oralidade é por meio dos *podcasts*.

O uso cada vez maior de equipamentos na mediatização da voz já era previsto por Bortolin (2010). A referida autora aborda o ambiente em que essas interações de mediação ocorrem, cunhando a palavra “*oralisfera*”, que tem origem na junção de *oralis* (no latim, *oris* = boca) com *sfera* (do grego, *sphaira* = espaço, ambiente) (Bortolin, 2010). O termo designa a atmosfera compondo o ato da oralidade, que envolve as pessoas (leitor-narrador e leitor-ouvinte) e outros elementos relacionados ao ato da oralidade (voz, corpo, movimento, respiração, ruído, som, cheiro, gesto, olhar, sussurro, pausa e silêncio). A *oralisfera* vai além do ambiente físico e contempla também o ambiente digital.

O avanço das tecnologias fez com que se potencializasse o uso de mídias e aplicativos que utilizam a voz como forma de possibilitar a comunicação e para a produção de conteúdo informacional, pois, com os recursos que disponibilizam, a mesma pessoa que consome a informação veiculada por vídeos e *podcasts* tem também a oportunidade de se tornar uma criadora de conteúdos. Tratar o sujeito como coprodutor não é algo recente, já havia sido discutido no avanço da web 2.0 (MANESS, 2006), no início da década de 2000. Para Tapscott e Williams (2007), esse “novo” usuário da informação não é apenas um passivo consumidor e passa a participar da elaboração do produto ou serviço oferecido.

De forma resumida, é da interação entre os espectadores e os meios de comunicação que advém o conceito de cultura participativa. Para Jenkins (2009), essa interação abandona antiga relação de passividade e dá lugar a uma relação decorrente de um novo conjunto de regras. Essa convergência ocorre “[...] dentro do cérebro de consumidores [...]” (Jenkins, 2009, p. 27), por meio das construções pessoais a partir de pedaços e fragmentos de informações do fluxo midiático. Jenkins utiliza os conceitos de convergência dos meios de comunicação para explicar o conceito de cultura da convergência, que é definida como a colisão entre as velhas e as novas mídias, um ponto de encontro entre a mídia corporativa e a alternativa, gerando um resultado imprevisível (JENKINS, 2009).

Dessa forma, aliando os espaços para o desenvolvimento da cultura da convergência com o retorno à oralidade, os *podcasts* podem ser entendidos como espaços virtuais em que indivíduos interagem em comunidades.

3 MEDIAÇÃO ORAL DA INFORMAÇÃO E O *PODCAST* COMO INSTÂNCIA MEDIADORA

O conceito de mediação oral da informação é uma extensão conceitual do termo mediação, mais especificamente, da mediação da informação. Convencionalmente, a forma pela qual se estuda a mediação da informação é a que tem a escrita ou a informação registrada como objeto principal. Nessa pesquisa, o foco é a informação oral, isto é, aquela que é mediada utilizando a voz, ainda que registrada e materializada em *podcasts*.

Na CI tradicionalmente considera-se que é a leitura do texto escrito que favorece a apropriação da informação. No entanto, destaca-se outra possibilidade de apropriação, uso e produção de informação para além do consumo de fontes escritas, ou seja, aquela que é possível por meio da mediação oral da informação. A informação quando exposta de forma oral, também permite ao indivíduo a capacidade de apropriar-se daquela informação, construindo significados e agregando saberes.

Desse modo, Bortolin (2010) demonstra que uma das formas pelas quais a mediação oral pode ser realizada é considerando o suporte vocal dos mediadores, assim, por meio da veiculação da voz viva ou mediatizada é possível que seja feita a intervenção e que o indivíduo possa se apropriar da informação.

A mediação oral da informação investigada nesta pesquisa é aquela que se dá no universo dos *podcasts*, fenômeno que tem ganhado mais adesão entre os leitores-ouvintes,

tanto como um recurso informacional quanto como a própria instância mediadora oral da informação.

O termo *podcast* surge em 2004 com Ben Hammersley evidenciando o potencial de revolução que os *podcasts* poderiam causar nas comunicações dado o caráter mais acessível de produção e publicação desse tipo de mídia. A ideia inicial do *podcast* era aliar a interatividade de um blog, a intimidade da voz, a conveniência e portabilidade dos *downloads*, liberando a audição dos ouvintes da fixação do tempo e lugar (HAMMERSLEY, 2004).

Podcast é uma palavra que deriva do termo *Pod*, que originalmente vem do termo iPod (aparelho de áudio digital portátil, que foi lançado pela empresa norte americana Apple) com a junção do termo em inglês *broadcast*, que significa transmissão. O termo *podcast* apareceu pela primeira vez no Dicionário *Oxford* da língua inglesa em 2005 (BERK ET AL., 2007). Foi considerada a “palavra do ano” de 2005 pelo mesmo Dicionário, devido seu potencial em revolucionar a indústria das comunicações por meio de voz (CHAN-OLMSTED; WANG, 2020).

Diferentemente dos serviços que fornecem conteúdo audiovisual (por meio do YouTube, por exemplo) que requerem uma infraestrutura maior, de ambiente, ferramentas e instrumentos para sua produção, os instrumentos necessários para a gravação de um programa de *podcast*, grosso modo, são apenas um computador, um microfone e um programa para editar a gravação.

Hennig (2017) cita que, em geral, os conteúdos dos *podcasts* versam sobre: entrevistas, conversas, como fazer algo?, seminários, fatos históricos, descobertas, performances musicais, comédias de improviso, contação de histórias etc. Ao abordar a produção biblioteconômica a autora afirma que os *podcasts* feitos por bibliotecários abrangem uma gama vasta de assuntos que passa por temas como: futuro das bibliotecas, tecnologia, resenha de livros, documentos históricos, experiência dos usuários, entre outros.

Uma das primeiras experiências envolvendo *podcast* e bibliotecas foi em 2005 na biblioteca pública de South Huntington em Long Island, Nova Iorque, em que iPods eram emprestados contendo *podcast* já baixados neles (THOMAS, 2019). Nesse caso, a biblioteca além de fornecer o dispositivo físico para audição do *podcast*, ela também faria uma curadoria dos *podcasts* a serem ouvidos pelos usuários. *Podcasts*, nesse sentido, servem como mais um serviço de fornecimento de informação de forma *online* (RALPH; OLSEN, 2007).

O Brasil vem se destacando como o segundo maior consumidor de *podcast* no mundo, atrás apenas dos EUA. Segundo a pesquisa da Associação Brasileira de *Podcasters* (2020),

estima-se que 34,6 milhões de brasileiros tenham ouvido *podcasts* em 2019. De acordo com a mesma pesquisa, o consumo é predominantemente realizado por homens (72%), sua faixa etária média é de 28 anos e a maioria cursa ou já é formado no nível superior (61%). Assim como nos EUA, há uma relação entre *podcast* e indústrias correlatas, o hábito de ouvir programas em áudio favoreceu o aumento no consumo de audiolivros (MACHADO, 2020).

Dessa forma, o *podcast* se torna uma fonte alternativa e complementar ao livro e outros suportes informacionais na busca por informações. O *podcast* vem deixando de ser um tipo de serviço prestado para completar lacunas no dia a dia das pessoas para se tornar um serviço importante de demanda de informações e cultura para as pessoas (CHAN-OLMSTED; WANG, 2020).

Para além de um recurso informacional ou de mero entretenimento, vislumbra-se o *podcast* como uma instância de mediação oral da informação. Para corroborar como o *podcast* é utilizado como uma forma de mediação oral da informação, menciona-se os estudos de Santos Neto, Heitzmann e Bortolin (2020) e Feitosa e Miranda (2021), que tratam do *Podcast* Cmplifica.

Por esse entendimento ser recente, há poucos registros de estudos na CI brasileira, porém esse se mostra um terreno fértil para novas pesquisas relacionando a oralidade midiaticizada, como o *podcast*, com a realidade social atual. Nesse sentido, entende-se que o *podcast* possa ser considerado como recurso para mediação oral da informação.

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa caracteriza-se por ser exploratória (DESLANDES; GOMES; MINAYO, 2007; GIL, 2008) e de abordagem qualitativa (GERHARDT; SILVEIRA, 2009). Tem como método a pesquisa documental (LUDKE; ANDRÉ, 1986; WITTER, 1990) e os documentos analisados foram as próprias plataformas de *podcast* e seus programas. A coleta de dados se deu nas três plataformas de *streaming* mais populares de consumo de *podcast*: Spotify, Podcast Addict e Google Podcasts. A pesquisa foi realizada pelos termos “ciência da informação”, “Biblioteconomia”, “Arquivologia” e “Museologia”.

Após a recuperação dos primeiros resultados, os programas foram analisados a partir das descrições fornecidas pelas plataformas para verificar se são vinculados às universidades, aos departamentos ou grupo organizado de estudantes universitários. *Podcasts* que contam com nomes de departamentos, de programas de pós-graduação, projetos de extensão

universitária que possuem siglas das universidades e/ou nomes de docentes em suas descrições foram consideradas iniciativas institucionais das universidades. Programas que têm em sua descrição indicativos de serem organizados somente por grupos de estudantes, foram assim considerados. Os dados coletados, até o mês de agosto de 2022, foram: nome do programa, descrição do programa, data do primeiro e último episódio, quantidade de episódios, duração do programa com maior duração e de menor duração e *tags* (quando essa informação era disponibilizada).

Com o intuito de aprofundar as discussões sobre mediação oral da informação, analisou-se de forma mais intensa as relações entre *podcast* e mediação da informação a partir da fundamentação teórica das 5 dimensões da mediação da informação: dialógica, formativa, estética, ética e política (GOMES, 2014, 2020).

5 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Na pesquisa mais abrangente (TRICHES, 2023) foram discutidos alguns aspectos teóricos relacionados ao fenômeno *podcast* ao longo das últimas décadas, no cenário nacional. No entanto, nesse trabalho, optou-se pela apresentação de um panorama mais abrangente em relação aos podcasts na área de CI. Assim, apresenta-se a seguir, nos quadros 1 e 2, a relação dos *podcasts* tanto de iniciativas de universidades quanto de estudantes, que foram recuperados pelos termos definidos previamente.

Quadro 1 - Número de *podcasts* produzidos por iniciativas de universidades

PODCAST	PRIMEIRO EPISÓDIO	ÚLTIMO EPISÓDIO	Nº DE EPISÓDIOS
1. Museológicas <i>podcast</i>	jun./20	jul./22	140
2. Plurissaberes	ago./19	jun./22	86
3. ECCOA - Arquivologia fora da caixa	out./20	jul./22	67
4. Farol - conexões da informação	maio/20	jul./22	63
5. Radio janela	maio/20	abr./22	57
6. Revista AtoZ	jul./21	jul./22	31
7. Radio Fabico	jan./22	mai/22	15
8. Descomplicast	nov./20	abr./22	14
9. Panema Cultural	dez./21	jul./22	11
10. Competência em informação instrumental	set./20	maio/21	10
11. Fragmentos Relatados	dez./20	mar./21	09
12. <i>Podcast</i> LTI Digital	dez./20	mar./21	06
13. Caminhos de Jampa	maio/22	maio/22	02
14. Fontes de Informação	jan./21	jan./21	02
15. Difundindo arquivos: Revelando memórias e narrando histórias	jul./21	dez./21	02
16. Projeto rede Mediar	abr./21	ago./21	02

XXIII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – ENANCIB
Aracaju-SE – 06 a 10 de novembro de 2023

17. PODCI	jun./22	jul./22	02
18. Mediação da informação, características e dimensões	jun./21	jun./21	01
19. PET Biblioteconomia UFMA (PET biblioteconomia)	jul./22	jul./22	01
20. Planejamento em unidades de informação	jan./22	jan./22	01

Fonte: Triches (2023).

No Quadro 2 apresenta-se o número de podcasts produzidos por iniciativas de estudantes.

Quadro 2 - Número de *podcasts* produzidos por iniciativas de estudantes

PODCAST	PRIMEIRO EPISÓDIO	ÚLTIMO EPISÓDIO	Nº DE EPISÓDIOS
1. Prancheta Fabicana	mar./21	maio/22	83
2. Cadernos 2 <i>podcast</i>	set./20	jun./22	75
3. Biblioquê?	jan./20	jun./22	32
4. Cimplifica	mar./19	set./21	28
5. Consciência e informação	set./21	dez./21	06
6. Hayaoteca	jun./22	jul./22	06
7. <i>Podcast</i> Música de cinema	jul./21	jul./21	06
8. Biblionautas	set./20	dez./20	03
9. Bianca Biblue	mar./21	jun./21	03
10. 1573011 <i>Podcast</i>	jun./20	jun./20	03
11. Informação, comunicação e documento	set./21	abr./22	02
12. Sociologia: Émile Durkheim	jul./21	jul./21	02
13. Atividade de avaliação final do 2º bimestre da disciplina de informação, comunicação e documento	set./21	set./21	02
14. Luciano Vasconcelos	maio/21	set./21	02
15. <i>Podcast</i> sobre o livro o pequeno príncipe - alunas Sabrina e Bianca	maio/22	maio/22	02
16. Cultura, Informação e Biblioteconomia	dez./20	dez./20	01
17. <i>Podcast</i> de Biblioteconomia	set./21	set./21	01
18. Entrevista com Bibliotecário	ago./21	ago./21	01
19. Buenas e me espalho	jun./22	jun./22	01
20. Musealiza BH	fev./22	fev./22	01

Fonte: Triches (2023).

Após a análise dos quadros 1 e 2, é possível verificar que há um número maior de Programas de *podcast* descontinuados produzidos por estudantes do que os produzidos pelas universidades. Para estudar os motivos desse fato são necessárias novas pesquisas, mas é possível suscitar algumas hipóteses, como o fato de que as universidades dispõem de maior estrutura técnica e de recursos humanos para a produção (geração de conteúdo e edição), os Programas podem fazer parte do planejamento dos departamentos das universidades como serviços consolidados, com dedicação de carga horária, maior planejamento antes da estreia do Programa, entre outros. Um exemplo é o caso do Programa *Museológica Podcast*, financiado pela Fundação de Amparo à Ciência e Tecnologia do Estado de Pernambuco (FACEPE).

Para uma discussão mais aprofundada foram selecionados dois *podcasts* com o maior número de episódios publicados, *Prancheta Fabicana* e *Museológicas Podcast*, até o momento da coleta. Estes foram analisados com base nas cinco dimensões da mediação.

5.1 O *Podcast* “Prancheta Fabicana”³

O nome do *podcast* retoma o próprio nome da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação (FABICO) da UFRGS. O termo *prancheta*, por sua vez, faz menção a ideia de tática no futebol, como uma forma didática de explicar uma informação aos jogadores. O Programa não aborda diretamente assuntos relacionados à CI, mas constituiu o *corpus* de análise por corresponder aos critérios de busca da metodologia.

O *Prancheta Fabicana* surge em março de 2021, no contexto da pandemia de Covid-19 e com uma produção muito intensa no início, e a partir de maio de 2022, a publicação de episódios diminuiu. No *Twitter* do Programa foi possível verificar que a equipe é composta por 14 integrantes⁴.

Como o formato dos *podcasts* geralmente não permite uma interação imediata do público⁵, infere-se que o *Prancheta Fabicana* alcança a dimensão dialógica quando os produtores do Programa consideram o seu leitor-ouvinte na escolha das pautas e temas e no modo como conduzem a ação mediadora. Compreende-se também que a dimensão estética começa a ser alcançada pelo Programa, a partir do momento que o sentimento do belo e do prazer ao ouvir o *podcast* possam ser despertados, bem como ao aprender algo novo com o episódio (GOMES, 2014, 2020). Vistos que os mesmos se utilizam de recursos sonoros no início dos episódios e no decorrer da apresentação usam a emissão da voz com naturalidade, como se estivessem numa conversa entre amigos. Além disso, a partir da experiência dos autores dessa comunicação no consumo de *podcasts*, tais sensações e sentimentos são evocados.

A dimensão estética pode ser pensada como já citado, remetendo um conforto emocional, que ocorre quando o indivíduo é acolhido de maneira plena para que ele possa participar do processo de construção do conhecimento de forma conjunta aos produtores do Programa. Esta dimensão, por sua vez, manifesta-se como uma situação individual e exclusiva do sujeito, que durante ou após o consumo do Programa gera uma desestabilização de seu

³ Disponível em: <https://open.Spotify.com/show/3cp64vBnkOd9WuQnhg0dMR>. Acesso em: 15 mar. 2023.

⁴ Postagem do dia 21 de agosto de 2021 no site <https://twitter.com/pranchetafabico/status/1425154362985357324/photo/1>. Acesso em: 15 mar. 2023.

⁵ É possível deixar um comentário sobre o que o leitor-ouvinte achou do episódio.

capital de conhecimentos e a consequente problematização, para recriar um novo conhecimento (GOMES, 2014, 2020).

Por outro lado, a dimensão estética pode ser pensada pela questão da ambiência, que também favorece o conforto emocional que possibilita a interpelação, liberdade de pensamento e questionamento. Em relação a ambiência do Programa, ela pode ser analisada levando em conta a sua estrutura técnica do *Podcast*, se preocupando, ao gravar os episódios, em não pasteurizar a emissão vocal mantendo o sotaque regional característico do Rio Grande do Sul, decisão esta que tende a propiciar conforto emocional aos ouvintes.

Considerando que a dimensão formativa pressupõe o conflito cognitivo decorrente do contato com novas informações e a partir de debates e problematizações se consolida a apropriação da informação (GOMES, 2014, 2020), ela é alcançada no consumo do Programa, isto é, no contato do leitor-ouvinte com o episódio e na apropriação decorrente desse consumo. Após o contato com conteúdo, pode gerar inquietações, questionamentos nos indivíduos e com isso haver uma reconstrução do seu conhecimento, favorecendo o alcance à dimensão formativa.

A dimensão ética representa um eixo articulador das demais dimensões e dessa forma o diálogo entre as partes deve ser ampliado favorecendo a escuta e observação sensíveis. Ela pressupõe que a relação entre ouvinte e mediador seja intensa e que se favoreça o fortalecimento do protagonismo social, por meio da formação crítica e consciente do mediador (GOMES, 2014, 2020). Também se depreende que, o Programa demonstra respeito à alteridade, pois ter como tema o futebol, que é uma “paixão nacional” e, dessa forma, retratar expectativas (seja anterior ou posterior a uma partida de futebol) dos ouvintes, em outras palavras os consola, nos momentos de perdas, e vibra com eles nas vitórias. Os elementos que perfazem a pauta dos episódios, sobretudo pelo modo com as temáticas são debatidas, evidenciam essa alteridade. Mais recentemente, após a finalização da pesquisa aqui relatada, as plataformas de *podcasts* disponibilizaram um recurso que permite ao leitor-ouvinte emitir um comentário sobre o programa, o que evidencia o alcance da dimensão dialógica (GOMES, 2014), pois dá vez e voz ao leitor-ouvinte.

E por fim, a dimensão política, que representa o alcance de todas as demais dimensões e que consiste na manifestação dos indivíduos como seres políticos e cientes dessa condição. Nesse sentido, o Programa tem o cuidado de abordar o esporte de forma a respeitar os diversos públicos, inclusive estabelecendo relações dele com a pandemia Covid-19, tratando

de temas inclusivos, como paraolimpíadas e campeonatos de futebol feminino (indo além do futebol masculino - que é predominante nos canais de mídia). A dimensão política vai além da noção de individualidade, trazendo o papel social coletivo da mediação da informação. Assim, compreende-se que o Programa alcança a dimensão política da mediação da informação.

5.2 O Podcast “Museológicas Podcast”⁶

O segundo caso analisado foi o *Museológicas Podcast*, que faz parte de um Projeto de Extensão produzido por estudantes e professores do Departamento de Antropologia e Museologia da UFPE, que conta com participação dos laboratórios de Expografia (Expolab), de Estudos Avançados em Cultura Contemporânea (LEC) e de Multimídia; do Observatório de Museus e Patrimônio; e por dois grupos de pesquisa: *Museológicas* e *Curupiras*. Além disso, recebe fomento da FACEPE. A importância de fomento em projetos como o de *podcasts* vai além da aquisição de estrutura técnica para a produção, ele é fundamental para a continuidade do Programa ao longo do tempo.

O Programa surge em abril de 2019, e o próprio nome é derivado de um dos grupos que o organiza, e retoma a ideia de que as discussões resgatam temas abordados no âmbito da Museologia. Com a análise do *podcast*, percebe-se em seus episódios que há uma variedade de temas debatidos.

O *Museológicas Podcast* não possui apresentadores fixos, ele conta com várias pessoas que participam da produção e apresentação. Sob o ponto de vista da dimensão dialógica, essa alternância entre os produtores favorece a participação de mais indivíduos, que podem contribuir de forma plural na construção do conteúdo. Além disso, muitos episódios recebem convidados externos à comunidade da UFPE, fazendo que a troca de informações seja ainda mais rica. Essas trocas podem ser observadas nas discussões que existem entre museólogos e outros profissionais da área de Humanidades, que são convidados a participar do Programa.

Como é possível perceber, diante do alcance da dimensão dialógica, a dimensão estética também é alcançada pois os indivíduos sentem-se confortáveis para participar das trocas proporcionadas pelo Programa, chegando-se ao processo de problematização e reconstrução do capital intelectual, gerando um prazer estético (GOMES, 2014, 2020).

As discussões levantadas no *Museológicas Podcast* frequentemente abordam temas

⁶ Disponível em: <https://open.Spotify.com/show/OufROTuLYEA5Qmd5hMjfZy> Acesso em: 15 mar. 2023.

relevantes aos cursos relacionados à CI, e com isso existem discussões teóricas sobre autores vinculados à área de Museologia, como Henry Pierre-Jeudy, mas também há interlocuções com autores relevantes de outras áreas do conhecimento, como os pesquisadores da obra de Paulo Freire. Assim, pela ampliação dos debates e da criticidade, a problematização se intensifica e aliado ao alcance intenso das dimensões formativa e estética, a dimensão formativa se faz presente.

Percebe-se que os participantes do *Podcast* sabem da responsabilidade da mediação da universidade por meio de seus projetos de extensão em alcançar a sua comunidade, e com isso gerar conhecimento e favorecer o desenvolvimento social (GOMES, 2014, 2020). Dessa forma, a dimensão ética é alcançada.

Com o pleno alcance das quatro dimensões citadas, a dimensão política atravessa todas as demais e também é alcançada. Nela os indivíduos envolvidos na mediação se entendem como sujeitos políticos e assumem sua posição de protagonismo social, e compreendem que não há neutralidade nas ações (GOMES, 2014, 2020). Nos debates e entrevistas são abordados temas relativos a LGBTfobia, racismo, religiosidade, direitos de povos originários, manifestações culturais populares, políticas públicas de cultura, demonstrando que os interesses da coletividade se sobrepõem aos interesses individuais.

Salienta-se que não existe uma relação sequencial entre as dimensões, tampouco elas ocorrem de maneira estanque. O alcance das mesmas ocorre de forma transversalizada, levando-se em consideração a dinâmica entre as dimensões.

Com a análise proporcionada pela relação entre os aspectos dos Programas de *podcast* com as dimensões da mediação da informação, consolida-se a ideia inicial da pesquisa de que esse tipo de ferramenta comunicacional, que envolve a oralidade, é um potente instrumento que favorece a mediação oral da informação e traz, conseqüentemente, responsabilidades aos seus produtores, do ponto de vista da mediação consciente da informação, conforme defende Gomes (2019).

A partir do momento que se identificou o alcance das dimensões da mediação informação nos Programas analisados, pode-se afirmar que estes, e possivelmente tantos outros *podcasts*, extrapolem a categoria de recurso informacional e/ou entretenimento e materializam-se como verdadeiras instâncias de mediação oral da informação. E também abre a possibilidade de análise das mediações nas situações em que as interações não são síncronas, entre as partes envolvidas na ação.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho, buscou-se entender a forma pela qual a mediação oral da informação se desenvolve em ambientes digitais. Para isso, foram analisados *podcasts* cujas iniciativas vinculam-se tanto a universidades e estudantes da área de CI, a partir da fundamentação teórica das dimensões da mediação da informação.

Destaca-se que não há nas plataformas filtros que refinem os resultados de forma assertiva, como na busca por “ciência da informação” em que os resultados eram associados com qualquer menção à “ciência” e/ou a “informação” nos títulos e/ou descrições, o que gerou muitos resultados que não correspondiam ao interesse desta pesquisa. Outro fator que poderia facilitar a recuperação de Programas foco da pesquisa, seria a possibilidade de recuperar os *podcasts* por meio de assuntos, ou no caso das plataformas por meio das *tags*, porém a única plataforma que apresenta esse recurso é a do *Spotify*. Além disso, alguns programas que utilizam dessa ferramenta empregam termos genéricos como “sociedade”, “cultura”, “livros”. Uma forma pela qual se poderia amenizar esse obstáculo é o aprimoramento das descrições e das indexações pelos responsáveis pela publicação dos Programas.

Considera-se que as dimensões dialógica, estética e formativa se manifestam de forma mais evidente em relação às dimensões ética e política nos *podcasts*, uma vez que essas dependem do envolvimento mais intenso dos mediadores, como seres que favorecem a escuta e observação sensível, e em alguns casos, pela oralidade ser mediatizada, as trocas não são imediatas. No entanto, vislumbra-se que os *podcasts* são campo fértil para o alcance de todas as dimensões da mediação da informação.

Entre os desafios da área está a necessidade de desenvolver mais estudos sobre o *podcast* e a mediação oral em ambientes digitais, ou como objeto de investigação a partir de outras perspectivas, pois sua relevância se justifica dado ao crescente consumo desse tipo de mídia, especialmente no Brasil. Outras possibilidades para estudos futuros compreendem analisar: as formas pelas quais os leitores-ouvintes recebem e se apropriam da oralidade vinda dos *podcast*; o conteúdo dos Programas, verificando o tipo de informação (entretenimento, informação científica, formação etc.); se eles alcançam os propósitos de seus produtores; pesquisar com os leitores-ouvintes, se consideram o *podcast* um recurso informacional, uma

forma de entretenimento, ou instância que medeia informação e transforma seu arcabouço de conhecimentos.

REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PODCASTERS. **PodPesquisa 2019**. 2020. Disponível em: <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-2019-Resultados.pdf>. Acesso em: 02 fev. 2023.

BERK, J.; OLSEN, S.; ATKINSON, J.; COMERFORD, J. Innovation in a podshell: bringing information literacy into the world of podcasting. **The Electronic Library**, Bingley, WA, v. 25, n. 4, p. 409-419, 2007. Disponível em: [10.1108/02640470710779826](https://doi.org/10.1108/02640470710779826). Acesso em: 10 maio 2023.

BORTOLIN, S. **Mediação Oral da Literatura**: a voz dos bibliotecários lendo ou narrando. 2010. 232 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Faculdade de Filosofia e Ciências, Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”, Marília, 2010.

CHAN-OLMSTED, S; WANG, R. Understanding podcast users: Consumption motives and behaviors. **New media & Society**, [s.l.], 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1177/1461444820963776>. Acesso em: 20 abr. 2023.

COOK-GUMPERZ, J.; GUMPERZ, J. From oral to written culture: the transition to literacy. In: WHITEMAN, M. F. **Varition in writing**: functional and linguistic-cultural differences. Hillsdale: Erlbaum, 1981. p. 89-109.

DESLANDES, S. F.; GOMES, R; MINAYO, M. C. S. **Pesquisa social**: Teoria, método e criatividade. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

FEITOSA, A. C. O.; MIRANDA, M. K. F. O. Neodocumentação e humanidades digitais: o *podcast* Cmplifica no cenário contemporâneo de informação. **RBB**, São Paulo, v. 17, 2021.

GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: UFRGS, 2009.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2008.

GOMES, H. F. A dimensão dialógica, estética, formativa e ética da mediação da informação. **Inf. & Inf.**, Londrina, v. 19, n. 2, p. 46-59, 2014.

GOMES, H. F. Protagonismo social e mediação da informação. **LOGEION**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 2, p. 10-21, mar./ago. 2019.

GOMES, H. F. Mediação da informação e suas dimensões dialógica, estética, formativa, ética e política: um fundamento da Ciência da Informação em favor do protagonismo social. **Inf. & Soc.: Est.**, João Pessoa, v. 30, n. 4, p.1–23, 2020.

HAMMERSLEY, B. Audible revolution. **The Guardian** [online], Londres, 2004. Disponível em:

<https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia>. Acesso em: 16 mar. 2023.

HENNIG, N. Podcast Literacy. **American Library Association Journals**, Chicago, v. 53, n. 2, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.5860/ltr.53n2>. Acesso em: 21 mar. 2023.

JENKINS, H. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. de. **Pesquisa em Educação**: abordagens qualitativas. São Paulo: EPU, 1986. p. 99.

MACHADO, F. A era do podcast. **Isto é**. 2020. Disponível em: <https://istoe.com.br/a-era-do-podcast>. Acesso em: 07 maio 2023.

MANESS, J. M. Library 2.0 Theory: Web 2.0 and Its Implications for Libraries. **Webology**, Boulder, v. 3, n. 2, jun. 2006. Disponível em: <http://www.webology.org/2006/v3n2/a25.html>. Acesso em: 11 jun. 2023.

MARTINS, R. L.; VIEIRA, J. Podcasts no jornalismo português – o caso P24. **Media & Jornalismo**, Lisboa, v. 21, n. 38, p. 99-122, 2021. Disponível em: https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_5. Acesso em: 10 mar. 2023.

ONG, W. **Oralidade e cultura escrita**. Campinas: Papirus, 1998.

RALPH, J.; OLSEN, S. Podcasting as an educational building block in academic libraries. **Australian Academic and Research Libraries**, Bundoora (Vic), v. 38, n. 4, 2007.

SANTOS NETO, J. A.; HEITZMANN, P. Z.; BORTOLIN, S. Mediação oral da informação em podcasts da Ciência da Informação e Biblioteconomia. In: SANTOS NETO, J. A. dos; ALMEIDA JR., O. F.; BORTOLIN, S. (org.). **Perspectivas em mediação no âmbito da Ciência da Informação**. Londrina: Abecin, 2020. Disponível em: <portal.abecin.org.br/editora/article/view/226>. Acesso em: 15 mar. 2023.

TAPSCOTT, D; WILLIAMS, A. **Wikinomics**: como a colaboração em massa pode mudar o seu negócio. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira, 2007.

THOMAS, S. Library-Podcast Intersections. **Library Technology Reports**, v. 55, n. 5, 2019. Disponível em: <https://www.journals.ala.org/index.php/ltr/article/view/7066>. Acesso em: 05 jun. 2023.

TRICHES, M. C. **Mediação oral da informação e oralidade mediatizada em podcasts**. 2023. 95f. Orientador: João Arlindo dos Santos Neto; Coorientadora: Sueli Bortolin. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Estadual de Londrina, Londrina, 2023.

WITTER, G. P. Pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e busca de informação. **Estudos de Psicologia**, Campinas, v. 5, n. 1, p. 5-30, jan./jul. 1990.

ZUMTHOR, P. **Escritura e nomadismo**. Cotia: Ateliê Editorial, 2005.

ZUMTHOR, P. **Introdução à poesia oral**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2010.