



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

ALEXANDRA CECÍLIA OLIVEIRA FEITOSA

**A democratização da informação nas Humanidades
Digitais: o *podcast* @CImplifica**

RECIFE

2019



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

ALEXANDRA CECÍLIA OLIVEIRA FEITOSA

**A democratização da informação nas Humanidades
Digitais: o *podcast* @CImplifica**

Trabalho apresentado como requisito para obtenção de nota curricular na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso da UFPE e orientado pela Prof.^a Májory Karoline Fernandes de Oliveira Miranda.

RECIFE
2019

Catálogo na fonte
Bibliotecária Maria Nair Sodré Monteiro da Cruz, CRB10/904

F311d Feitosa, Alexandra Cecília Oliveira

A democratização da informação nas Humanidades digitais: o podcast
@Cimplifica / Alexandra Cecília Oliveira Feitosa. - Recife, 2019.
49f.: il.

Orientador: Májory Karoline Fernandes de Oliveira Miranda.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) – Universidade Federal
de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Departamento de Ciência
da Informação. Curso de Biblioteconomia, 2019.

Inclui referências.

1. Desinformação. 2. Humanidades digitais. 3. Encontrabilidade. 4.
Intencionalidade. 5. Neodocumentação. I. Miranda, Májory Karoline
Fernandes de Oliveira (Orientador). II. Título.

020 CDD (22.ed.)



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA

ALEXANDRA CECÍLIA OLIVEIRA FEITOSA

**A democratização da informação nas Humanidades
Digitais: o *podcast* @CImplifica**

Trabalho submetido ao corpo docente da Universidade Federal de Pernambuco,
defendido e aprovado em 02 de dezembro de 2019.

Banca Examinadora

Profa. Dra. Májory Karoline Fernandes de Oliveira Miranda

Profa. Dra. Edilene Maria da Silva

Prof. Dr. Enoque Feitosa Sobreira Filho

RECIFE
2019

AGRADECIMENTOS

A todos os meus protetores espirituais por terem dedicado seu poder em me guiar no caminho da luz.

A esta universidade, seu corpo docente, direção e administração que oportunizaram a janela que hoje vislumbro um horizonte superior, eivado pela acendrada confiança no mérito e ética aqui presentes.

Agradeço a todos os professores, e em especial a prof.^a Edilene, por me proporcionar o conhecimento não apenas racional, mas a manifestação de caráter e afetividade da educação no processo de formação profissional.

A minha orientadora, prof.^a Májory, pelo suporte, pelas correções e incentivos, sempre estimulando a novos pensamentos e conhecimento e por seu companheirismo e amizade.

Dedico este trabalho a minha maior inspiração intelectual, meu pai, Enoque, que me ensinou a sempre questionar o mundo a minha volta. A minha querida tia Maria Nair, por ter me apresentado a Biblioteconomia, mas principalmente por ter sido um suporte familiar tão presente, assim como a avó Denise. A minha fofinha azeda Val, que esteve presente até quando não queria estar, me dando bronca quando eu mereci e não me deixando cair quando eu já não tinha mais forças, sendo amiga e irmã nos momentos fáceis e nos difíceis. Meu amigo Elton, por ter tanto amor por mim até nos meus piores momentos e por ser meu irmão nessa caminhada insana. E em especial a luz da minha vida, Juliana, que me acompanha e embarca nas minhas loucuras e nas minhas aventuras, pois até quando eu não acredito em mim, ela deposita todas as fichas nos meus sonhos: obrigada por me amar e por nunca desistir de mim.

Enfim, a todos os familiares e amigos, companheiros de trabalhos e irmãos na amizade que fizeram parte da minha formação e que vão continuar presentes em minha vida com certeza, porque é esta família que eu construí até aqui.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação: a minha eterna gratidão.

“Não se pode escrever nada com indiferença.”

(Simone de Beauvoir)

RESUMO

Este trabalho discute o fenômeno da democratização da informação ao lado da desinformação no contexto das Humanidades Digitais. Propomos para tal, refletir sobre o fenômeno social da desinformação em ambientes digitais, a democratização da informação, discutir neodocumentação e finalmente apresentar o CImplifica, primeiro *podcast* brasileiro de Ciência da Informação como estudo de caso. Tem como etapas do processo a caracterização dos princípios, métodos, técnicas e ações voltadas a desinformação; a intencionalidade da informação e os novos formatos digitais dentro da Neodocumentação. Utilizamos a metodologia dos quatro polos, que congrega as etapas Epistemológica, Teórica, Técnica e Morfológica que sustentam, respectivamente, a natureza do problema; as teorias que a fundamenta; a técnica utilizada, bibliográfica e descritiva; e a morfologia dos resultados e sua interpretação. Buscamos uma aproximação do objeto de estudo mediante o emprego da análise de fontes documentais, bem como revisão bibliográfica. Por fim, apresentamos o estudo de caso que representa sistemicamente os conceitos discutidos na pesquisa.

Palavras-chave: Desinformação; Humanidades Digitais; Encontrabilidade; Intencionalidade; Neodocumentação.

ABSTRACT

This paper discusses the phenomenon of information democratization alongside misinformation in the context of Digital Humanities. We propose to reflect on the social misinformation phenomenon in digital environments; the democratization of information; discuss neo-documentation and finally, present CImplifica, the first Brazilian *podcast* of Information Science as a case study. It has, as research stages, the characterization of the principles, methods, techniques and actions aimed at misinformation; the intentionality of information and the new digital formats, within the Neo-Documentation. We use the methodology of the Four-pole Parameters, which brings together the Epistemological, Theoretical, Technical and Morphological stages that support, respectively, the nature of the problem; the theories underlying it; the technique used; bibliographical and descriptive; and the morphology of the results and their interpretation. We seek an approximation of the study object through the use of the analysis of documentary sources, as well as literature review. Finally, we present the case study that systemically represents the concepts discussed in the research.

Keywords: Misinformation; Digital Humanities; Findability; Intentionality; New Documentation.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

CI	Ciência da Informação
HD	Humanidades Digitais
OS	Organização dos saberes
UFPE	Universidade Federal de Pernambuco
<i>www</i>	<i>World Wide Web</i>

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1: Aspectos particulares dos polos metodológicos da prática científica.	17
Figura 2: Manchete Acervo Online	20
Figura 3: Manchete El País	21
Figura 4: Manchete Folha de São Paulo - Protestos na Av. Paulista	22
Figura 5: Eleições 2018: Manchete Le Monde	22
Figura 6: Infográfico sobre comportamento digital (Onde buscam)	30
Figura 7: Infográfico sobre comportamento digital (Compartilhamento)	31
Figura 8: Infográfico sobre comportamento digital (Antes de compartilhar)	31
Figura 9: Processo de criação dos conteúdos do CImplifica.	37
Figura 10: Processo de ideação dos episódios do CImplifica.	38
Figura 11: Conceito da Identidade Visual.....	39
Figura 12: Conceito da Marca	39
Figura 13: Página Inicial do Site CImplifica <i>Podcast</i>	40
Figura 14: CImplifica <i>Podcast</i> disponível em uma das plataformas de <i>streaming</i>	41
Figura 15: Gráfico de crescimento dos últimos episódios.	41
Figura 16: Quem ouve os <i>podcasts</i> ?	42
Figura 17: Por que ouvem <i>podcasts</i> ?	43
Figura 18: Para que ouvem <i>podcasts</i> ?	43
Figura 19: Quando ouvem <i>podcasts</i> ?	43
Figura 20: Quantos <i>podcasts</i> são consumidos?	43
Figura 21: Qual a temática dos <i>podcasts</i> ?	43
Figura 22: Quais as características dos <i>podcasts</i> ?	44

LISTA DE SÍMBOLOS

% Porcentagem

R\$ Reais

Us\$ Dólares

Sumário

1	Introdução	14
2	Metodologia	16
3	Democracia e desinformação	18
4	Humanidades Digitais e Neodocumentação: cenário contemporâneo de informação.	25
5	Estudo de caso: o <i>podcast</i> @Cimplifica	33
5.1	<i>Podcast</i> : um breve histórico	33
5.2	O @Cimplifica: resultados	36
6	Considerações finais	45
	REFERÊNCIAS	46

1 Introdução

As ações da mídia na política contemporânea têm nos levado a refletir sobre a missão da democracia e, sobretudo, sobre a sociedade da informação nos cenários sociopolíticos e econômicos. O termo pós-verdade já existe desde a última década, mas as avaliações do Dicionário Oxford perceberam um pico de uso da palavra exatamente no ano de 2016, no contexto do referendo de saída do Reino Unido da União Europeia – o *Brexit* – e das eleições americanas. Além disso, é bastante usado com o termo política, e depois, então, pós-verdade política. Seu uso foi destacado durante estes eventos pois diversas notícias falsas foram publicadas em sites na *internet*, em páginas de *Facebook*, vídeos no *Youtube* e o público as absorveu como verdadeiras.

Segundo cientistas sociais do *Facebook*, que publicaram seus estudos para a revista *Science*, há de se considerar também que as redes sociais e seus algoritmos formam bolhas sociais e ideológicas, tais algoritmos reúnem no seu painel de notícias do *Facebook*, por exemplo, as pessoas com que mais interagimos e os assuntos mais pertinentes de acordo com visualizações e curtidas, assim como notícias, reportagens, vídeos e histórias sobre posicionamentos que endossamos, também politicamente. O algoritmo, portanto, não dá lugar ao contraditório. A sua visão de mundo é confirmada repetidamente e, se um amigo compartilha uma “notícia”, mesmo que falsa, acreditamos, o que habitualmente chamamos de viés de confirmação. Esse fenômeno une a notícia falsa à pós-verdade e foi um episódio recorrente no Reino Unido e nos Estados Unidos em 2016.

O problema de pesquisa está estruturado na seguinte questão: a democratização da informação tem contribuído para a desinformação em ambientes digitais? Com o objetivo Geral que propõe refletir sobre o fenômeno social da desinformação em ambientes digitais. E os específicos: relacionar a democratização da informação e desinformação; discutir neodocumentação com as humanidades digitais apresentar plataformas de *podcast* como meio de combate a desinformação e finalmente apresentar o CImplifica, primeiro *podcast* brasileiro de CI como estudo de caso.

Defendemos que entender os conceitos que norteiam a desinformação como um conceito importante no paradigma da informação tecnológica ou pós-custodial, e explorar a influência da mídia neste contexto sabendo que nas sociedades contemporâneas o seu papel é reconhecidamente importante e pode influenciar os cidadãos sobre as questões que lhes interessam e que afetam suas vidas.

Neste contexto, podemos dizer que a documentação digital desafia o cenário tradicional da disseminação da informação, o de sujeitos autônomos se comunicando ou trocando “informações” uns com os outros – porque a intencionalidade, característica essencial do cenário tradicional, está ausente na geração de um vasto conjunto de enunciados digitais. Sua produção e processamento ocorrem fora da consciência. O desafio deste trabalho é entender quais são os contextos informacionais¹ contemporâneos que nos levam a encontrar (encontrabilidade) a informação que queremos (intencionalidade)², diante de uma gama de possibilidades e ainda, apresentar o *podcast* CImplifica no combate a desinformação, e como práxis da Intencionalidade para a encontrabilidade da informação.

¹ Rayward (1996) nos atenta que podemos demarcar estudos pontuais, como investigações de eventos específicos, e uma história diacrônica, que aponta para transformações lentas, dadas em um período espaço-temporal elástico, abarcando estudos como as mudanças nas mídias de registro e de propagação da informação.

² Miranda em seus estudos de 2010, já indicava a importância da intencionalidade agregada a encontrabilidade, porém para práxis, iremos usar as definições do trabalho de Vechiato relativo à arquitetura da informação, em seu livro publicado em 2018 reunindo pesquisadores de diversos países que discutem Intencionalidade.

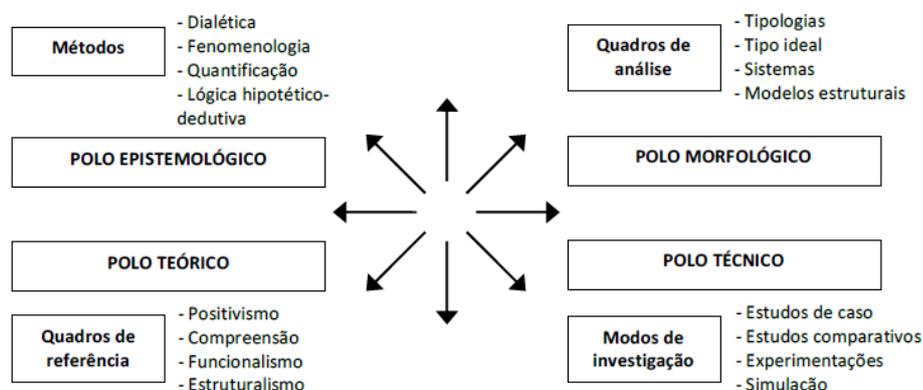
2 Metodologia

A exploração do modelo metodológico quadripolar de Bruyne, Herman e Schoutheete (1982), ressaltando sua importância em pesquisas no âmbito qualitativo. Isso é conduzido em reconhecimento do desafio de se investigar fenômenos sociais sem cair na objetivação do que é subjetivo e sem reduzir a atividade de pesquisa a uma simples busca por leis e variáveis que regem os fenômenos sociais. Esse método nasceu como resposta alternativa ao positivismo e à dicotomia redutora entre “quantitativo” e “qualitativo”. De forma exploratória, a dinâmica investigativa quadripolar resulta de uma interação entre o polo epistemológico, o teórico, o técnico e o morfológico. Se decidimos tratar os fatos sociais “como coisas”, isto é, limitarmos ao que as analogias formais entre sistemas materiais e fenômenos sociais podem ensinar, rejeitamos como não saber tudo o que é da ordem das significações, das intencionalidades, das finalidades, dos valores, em suma, tudo o que constitui a face interna da ação. (LADRIÈRE, 1977)

O que se espera é uma compreensão histórica e interpretativa dos fenômenos combinada com uma compreensão lógica e objetiva. A pesquisa social é tida como um conjunto de “tipos de investigação que tratam do ser humano em sociedade, de suas relações e instituições, de sua história e de sua produção simbólica” (MINAYO, 2004)

Flick, Kardorff e Steinke (2004) destacam quatro pressupostos teóricos básicos da pesquisa qualitativa, sendo eles: a realidade social como um produto compartilhado da atribuição de significados; assume-se a natureza processual e a reflexividade da realidade social; os significados subjetivos dão relevância aos elementos objetivos da vida; e a reconstrução da realidade social através de sua natureza comunicativa como ponto de partida para a pesquisa. Bruyne, Herman e Schoutheete (1982, p. 35) propõem quatro polos metodológicos para a prática científica, que podem ser utilizados tanto na investigação quantitativa como na qualitativa, sem que entrem em choque os diferentes paradigmas abraçados pelos dois tipos de abordagem, como podemos ver demonstrado na figura abaixo:

Figura 1: Aspectos particulares dos polos metodológicos da prática científica.



Fonte: Bruyne, Herman e Schoutheete (1982)

Proposto como método adequado a CI por Ribeiro (1995) e Silva e Ribeiro (2002), o método quadripolar orienta a escolha e utilização dos instrumentos necessários a pesquisa, evitando que o senso comum interfira no processo de construção do conhecimento científico. (MIRANDA, 2010)

Em um primeiro momento o polo epistemológico, faz uma pesquisa exploratória, sobre a democratização da informação nas HD e sua relação com a CI. Tem como propósito situar no tempo e no espaço científico os conceitos que vão integrar a construção teórica da pesquisa.

O polo teórico consiste na construção da problemática com a delimitação do quadro teórico-conceitual adequado a investigação do objeto. Descreve e analisa o conceito de documentação e neodocumentação na CI.

O polo técnico representa os instrumentos técnicos necessários à construção do estudo de caso que será demonstrado.

O polo morfológico apresenta os resultados a partir dos contributos dos polos anteriores. De estrutura analítica, descreve as características, analisa e explica o fenômeno social que envolve as plataformas de *podcast* e a aplicação da teoria da Intencionalidade neste contexto.

E por fim, traçamos um estudo de caso, que é um dos produtos das HD: o *podcast* CImplifica.

3 Democracia e desinformação

A visão de mundo de Ortega ressalta a memória humana conectada ao progresso e por essa razão, sugere que as vidas acumulam experiências substanciais para a sua evolução; o livro registra as idéias e resgata o passado e proporciona uma visão de futuro. O filósofo preocupa-se com o homem que não se compromete com sua vocação ou missão e se transforma no homem-massa, porém na sua concepção é o individuo que não atribui a si um valor, se sentindo bem por ser igual aos demais. (ORTEGA y GASSET, 1967)

Assim percebemos que o pensamento de Ortega y Gasset é moderno, uma vez que na sociedade atual, o objetivo maior é o bem-estar do ser humano, devemos assumir o papel relevante de mediador em relação a novos exemplos de interações humanas, influenciada pelas inovações de uso das tecnologias da informação e comunicação, honrando as tradições sociais e individuais das pessoas e das organizações.

Essa visão se conecta ainda mais com o momento atual, uma vez que o profissional da informação precisa ser o elo entre a sociedade e a informação, esta última deve ser encontrada de acordo com as intenções dos sujeitos, uma vez que, estes não mais consomem informações que não lhes interessa ou que sejam de caráter duvidoso.

Esta seção trata da episteme bem como uma discussão sobre a democracia da informação ao lado de um panorama da desinformação na sociedade contemporânea.

O pesquisador Chomsky (2013) traça algumas considerações sobre a relação existente entre a Democracia e Informação ao longo dos séculos. Primeiramente Chomsky (2013) afirma que existem duas concepções diferentes de democracia. Uma delas considera que uma sociedade democrática é aquela em que o povo dispõe de condições de participar de maneira significativa na condução de seus assuntos pessoais e na qual os canais de informação são acessíveis e livres. Se consultarmos no dicionário o verbete “democracia” encontrará uma definição parecida com esta. Outra concepção de democracia é aquela que considera que o

povo deve ser impedido de conduzir seus assuntos pessoais e os canais de informação devem ser estreita e rigidamente controlados.

Esta pode parecer uma concepção estranha de democracia, mas é importante entender que ela é a concepção predominante. Esta concepção remonta às primeiras revoluções democráticas que houve na Inglaterra do século XVII, mas é no período moderno que esta noção de democracia se desenvolve com maior visibilidade devido em parte como problema da mídia que também contempla o de desinformação. (CHOMSKY, 2013)

Chomsky (2013) cita que na História se tem a primeira operação de propaganda governamental de nossa era, que aconteceu no governo de Wilson, eleito presidente dos EUA em 1916 com a plataforma “Paz sem Vitória”, que transforma uma população pacifista numa população histórica e belicosa que queria destruir tudo o que fosse alemão, entrar na guerra e salvar o mundo. Nessa mesma época, e após a guerra, foram utilizadas as mesmas técnicas para insuflar um histórico Pânico Vermelho, como ficou conhecido, que obteve êxito considerável na destruição de sindicatos e na eliminação de problemas perigosos como a liberdade de imprensa e a liberdade de pensamento político. Houve grande apoio por parte da mídia e dos líderes empresariais, os quais, de fato, organizaram e investiram muito nessa iniciativa. E ela foi, de modo geral, um grande sucesso. Vivemos numa avalanche de informações a cada segundo, através de mensageiros instantâneos e redes sociais, com mensagens de amigos e de grupos sobre diversos temas; nossa página e nossa mente, inundada de notícias urgentes, postagens de páginas que você curte e comentários fazendo juízos de valor sobre qualquer assunto. Em meio a todo esse cenário, às vezes é difícil saber o que é verdadeiro ou não.

Nos últimos tempos, houve um aumento de notícias falsas, o historiador Robert Darnton, professor da Universidade Harvard, conta em certa ocasião que as notícias falsas são relatadas pelo menos desde a Idade Antiga, do século 6: “Procópio foi um historiador bizantino do século VI famoso por escrever a história do império de Justiniano. Mas ele também escreveu um texto secreto, chamado “Anekdotá”, espalhando notícias falsas, arruinando completamente a reputação do imperador Justiniano, algo bem similar ao que aconteceu na campanha eleitoral

americana de 2016 e também na campanha eleitoral brasileira em 2018. (DARNTON; PELLIZZARI, 2010)

Em 2016, a pós-verdade foi eleita a palavra do ano, pelo Dicionário Oxford. De acordo com o Dicionário Oxford, pós-verdade é: um adjetivo “que se relaciona ou denota circunstâncias nas quais fatos objetivos têm menos influência em moldar a opinião pública do que apelos à emoção e crenças pessoais”. Um mundo com a pós-verdade é uma realidade em que acreditar, ter crença e fé de que algo é verdade é mais importante do que isso ser um fato realmente. A explicação da palavra pós-verdade de acordo com o Oxford é de que o composto do prefixo “pós” não se refere apenas ao tempo seguinte a alguma situação ou evento – como pós-guerra, por exemplo –, mas sim a “pertencer a um momento em que o conceito específico se tornou irrelevante ou não é mais importante”. Neste caso, a verdade. Portanto, pós-verdade se refere ao momento em que a verdade já não é mais importante como já foi. Ainda em 2016, 33 das 50 notícias falsas mais disseminadas no *Facebook* eram sobre a política nos Estados Unidos, muitas delas envolvendo as eleições e os candidatos à presidência, conforme figura abaixo:

Figura 2: Manchete Acervo Online



Fonte: Forbes (2018)

Durante a campanha presidencial, notícias falsas foram espalhadas sobre os dois candidatos: o republicano Donald Trump – depois eleito – e a democrata Hillary Clinton. No monitoramento de 115 notícias falsas pró-Trump e 41 pró-Hillary, os economistas Hunt Allcott e Matthew Gentzkow concluíram que as postagens pró-Trump foram compartilhadas 30 milhões de vezes, enquanto as pró-Hillary 8 milhões, como demonstram as manchetes a seguir:

Figura 3: Manchete El País



Fonte: Forbes (2018)

Na história do Brasil recente podemos citar alguma semelhança – a campanha “Pânico Vermelho”, como ressaltou Chomsky (2013) – o país sendo governado, por três mandatos seguidos, por governos de esquerda, com governantes populistas e planos de assistência as minorias. Em 2014, na eleição presidencial do mesmo ano, a candidata Dilma Rousseff se reelegeu para seu segundo mandato (quarto mandato da era de partidos de esquerda) derrotando o candidato Aécio Neves (candidato da direita fortemente apoiado pela mídia e a classe empresarial) por uma margem estreita.

O resultado da eleição gerou insatisfação entre os opositoristas, somados ao início da crise econômica, contribuíram para o aumento generalizado da insatisfação popular em relação à política, começa a ser combatido fortemente e com grande apoio por parte da mídia e da classe empresarial, que vem a culminar com o período que ficaria conhecido como a “Crise Política”, que foi marcado por manifestações populares que ficariam conhecidas como “Não são só 20 centavos”,

culminando no impeachment de Dilma Rousseff e os escândalos de corrupção descobertos e investigados pela Operação Lava Jato.

Figura 4: Manchete Folha de São Paulo - Protestos na Av. Paulista

cotidiano

'Não são só 20 centavos', dizem manifestantes na avenida Paulista

Fonte: Folha de São Paulo (2014)

Em 2016, se encerrava o processo de *impeachment* da presidente, em seu lugar, assumiu Michel Temer que teve um governo marcado por reformas impopulares, como a reforma trabalhista. E então em 2018, tivemos as eleições que mais tiveram presença de *bots* e máquinas de propagação de desinformação da história brasileira – a eleição de Bolsonaro – seguindo o mesmo padrão das eleições americanas.

Figura 5: Eleições 2018: Manchete Le Monde

“Bolsonaro é pior que Trump”: Le Monde explica eleição do Brasil a franceses

Por RFI

Publicado em 09-10-2018 • Modificado em 09-10-2018 em 19:22

Fonte: Le monde (2018)

Diante do exposto podemos verificar que a democratização tem contribuído até certa medida para informações que não podem ser totalmente verificadas e a desinformação não é uma nova modalidade de formato, ela persiste e existe desde os tempos mais remotos, porém devemos salientar que o círculo vicioso da desinformação e da polarização política, que enfraquece a capacidade de funcionamento das democracias, estarem tão somente dirigidas as plataformas digitais se dá tão somente a sua rapidez de disseminação, a legislação sendo

insuficiente para lidar com características que tornam a desinformação e a propaganda de hoje diferentes das de ontem. (FRANCISCO, 2004)

Recentemente Rand Waltzman, que pertencia à Agência de Projetos de Pesquisa Avançada de Defesa (DARPA), disse que atualmente qualquer indivíduo ou grupo pode se comunicar on-line (e, conseqüentemente, influenciar) com uma grande quantidade de pessoas. Isto traz alguns benefícios, mas também comporta riscos sérios, a começar pela perda dos padrões de excelência jornalística, como os que normalmente existem nas organizações de comunicação social já consagradas.

Sem os tradicionais guardiões da comunicação social, o discurso político deixa de se basear num conjunto comum de fatos; e se torna um subproduto direto da democratização e da socialização da informação. Hoje, em vez de recebermos a nossa informação diretamente de guardiões institucionais que, apesar da execução muitas vezes imperfeita, se encontravam fundamentalmente comprometidos com os padrões editoriais, recebemos através da partilha entre pares. Estas redes formadas pelos pares podem salientar conteúdos com base em fatores como os cliques ou as reações dos amigos, em vez da veracidade ou até da importância. Além disso, as informações filtradas através de redes ou de amigos podem constituir uma câmara de eco de notícias que reforça os enviesamentos de cada um (embora não se entenda a fundo o funcionamento dos algoritmos internos das ferramentas que causam essa “filtragem”).

Isso também significa que as pessoas, que de outra forma seriam consumidores moderados de notícias, estão sendo inundadas com polêmicas e debates políticos, incluindo posições extremas e ou notícias falsas (as chamadas: *fake news*) que aumentam o risco de desinformação ou de polarização de faixas mais amplas do público.

Segundo Born (2017), outro ponto a ser considerado é a atomização: o divórcio entre as notícias individuais e as suas marcas ou fontes. Anteriormente, os leitores conseguiam distinguir facilmente entre as fontes não credíveis, como os tabloides coloridos e sensacionistas à venda nas caixas dos supermercados, e as credíveis, como os jornais locais ou nacionais de longa data. Agora, em contrapartida, um artigo do *The New York Times* partilhado por um amigo ou um

familiar pode não deferir muito de um artigo originário do *blog* de um teórico da conspiração, além do anonimato na criação e distribuição de informações.

Às notícias on-line falta frequentemente não só uma marca, mas também uma autoria. Isto encobre conflitos de interesse potenciais, permite a possibilidade de negação aos agentes estatais que intervenham em ambientes informacionais estrangeiros, e cria um terreno fértil à proliferação de *bots* (robôs de propagação de conteúdo que são concebidos por aplicação de *software* para simular ações humanas repetidas vezes de maneira padrão, da mesma forma como faria um robô).

Born, ainda descreve, que o ambiente informacional de hoje se caracteriza pela personalização. Ao contrário das suas contrapartidas impressas, na rádio, ou mesmo na televisão, os criadores de conteúdos para a internet podem fazer testes A/B (os testes A/B consistem na difusão de várias versões do mesmo conteúdo, para testar qual das versões tem melhor aceitação) e criar mensagens direcionadas em tempo real. E por fim, um fator importante a ser considerado é a soberania. Ao contrário da televisão, da imprensa, e da rádio, as plataformas de redes sociais são pouco ou autorreguladas. (BORN, 2017)

4 Humanidades Digitais e Neodocumentação: cenário contemporâneo de informação.

Uma das possibilidades de interpretação das abordagens recentes da epistemologia da organização dos saberes (OS) é questionar a fragilidade e a potência presentes na noção de “materialidade”. Este exercício é, claramente, uma das pautas do conjunto de autores e de trabalhos que pode ser classificado como “neodocumental” ou “neodocumentalista”, temporalmente demarcado nos últimos 20 anos. Nomes como Bernd Frohmann, Michael Buckland e Ronald Day podem receber esta denominação, ainda que tais demarcações sempre se apresentem sob o risco de incongruências do exercício filosófico de generalização. Em nossa visão, um dos aspectos mais importantes das abordagens tecidas sob os olhares destes autores está no posicionamento de um ponto de inflexão simbólico na reconstrução do conceito de “documento”. (SALDANHA, 2012)

Segundo Buckland, (*apud* Saldanha, 2013), o termo documento é utilizado desde o começo do século pela abordagem documentalista como um termo genérico que denota qualquer informação física, disponível em qualquer suporte. Para o autor, a documentação otletiana – entendida como o estudo do armazenamento e da recuperação da informação – deveria focar-se em objetos potencialmente informativos. Buckland (1991) apontará para três focos distintos da análise sobre a informação, em que a noção é vista, ora como processo de informar e geração de mudanças, ora como conhecimento acerca de fatos e eventos, ora como coisa, algo atribuído a objetos, dados, documentos. Temos, com o trabalho de Buckland (1991), uma virada no pensamento da OS, povoado pelo discurso da CI, que agora repensa o papel da materialidade. Buckland (1991) deixa claro em seu trabalho que não se podem pensar os sistemas de informação sem a noção de informação-como-coisa. Sendo também papel da epistemologia da OS tratar da informação como processo e conhecimento, seu “solo” reflexivo está justamente em afirmá-la como coisa. De fato, quando tratamos da informação como processo, encontramos um número muito grande de domínios interessados neste aspecto.

Frohmann (2008) nos dizia que, o carácter público, material e social da informação em nosso tempo – nomeia uma importante tarefa para os estudos da

informação: como conciliar estudos sobre o fenômeno da informação em nosso tempo com estudos das práticas sociais e públicas, das realidades políticas, da economia e da cultura, onde encontramos pesados aparatos tecnológicos disponíveis para coletar, processar e utilizar informação exercem profundos efeitos na textura, andamento, ritmo e estruturas do dia-a-dia, incluindo as corporações de mídia, de entretenimento e as indústrias culturais, que são propriedade de grupos bastante concentrados e monopolizados.

Desta forma, entendemos que se, por um lado, há uma sociedade da informação, há também, àquela que produz uma legião de analfabetos funcionais, nomeada de sociedade da desinformação. A memória coletiva e a história, portanto, não são um simples aglomerado daquilo que anteriormente existiu, mas sim construídas através da sua herança do passado – denominadas por Le Goff (1994) de monumentos – e dos materiais escolhidos ao longo dos tempos por seus estudiosos, denominados de documentos. O monumento, por definição, é tudo aquilo que tem o poder de evocar o passado, perpetuar a recordação e podem possuir os sentidos de obra comemorativa de arquitetura – ou de escultura – e também o de monumento funerário, que valoriza a morte em memória dos que se foram. “O monumento tem como características o ligar-se ao poder de perpetuação [...] das sociedades históricas (é um legado à memória coletiva) e o reenviar a testemunhos que só numa parcela mínima são testemunhos escritos”. (LE GOFF, 1994, p.1)

Historicamente, a situação pós Segunda Guerra estimulou, nos países desenvolvidos, interesse pelas práticas de ciência e tecnologia, gerando aumento de conhecimentos e conseqüentemente o que chamamos de fenômeno de “explosão de informação” aliados à ciência e tecnologia. (OLIVEIRA, 2005)

Em uma de suas obras mais icônicas, o cientista e escritor de ficção científica Isaac Asimov (2009), em sua Trilogia da Fundação, menciona que uma nova e fantástica invenção tecnológica, que tinha como promessa promover *links* entre imaginação e memória, como nenhum computador seria capaz de fazer, ou processar uma quantidade de informação em pouco tempo, ampliando as fronteiras do conhecimento para além dos limites da sala de aula e proporcionando a

oportunidade de entrar em contato com pessoas de todos os tempos. Tudo isso funcionando sem bateria. Depois de enumerar as qualidades da nova invenção tecnológica, Asimov (2009) revela que ela já existe: o livro. E, finalmente, lança um desafio: quando os novos meios virtuais de informação alcançassem a sofisticação do livro como tecnologia cultural e educacional seria possível levar a sério os profetas da era virtual. No Brasil, a era digital se sedimentou sem que o letramento digital tivesse atingido grande parte da população, na mesma proporção.

De acordo com Frohmann (2008), o conceito de materialidade da informação é uma ponte que liga essas duas áreas conceituais: informação, por um lado, e práticas públicas e sociais por outro. Pensando que o conceito de materialidade é muito importante quando se deseja investigar o que fazem os sistemas de informação³.

Mais tarde, a combinação da digitalização e da internet afetou o cotidiano dos indivíduos, bem como a estrutura de produção de bens e serviços nos conglomerados humanos, provocando uma espécie de avalanche informativa. (CASTILHO, 2015)

Tal avalanche informativa pode ser relacionada ao fenômeno das Humanidades digitais que representa um amplo movimento, realizado em vários países em anos recentes, e que tem produzido impactos diferenciados nas disciplinas científicas. Em linhas gerais, ela tem por objetivo romper com a separação verificada, nas últimas décadas, entre as tecnologias digitais e as humanidades, buscando, justamente, conciliar os métodos das ciências humanas e sociais com as características, potencialidades e procedimentos do mundo digital. Recentemente, tem tido presença no campo da CI. (PIMENTA, 2016)

Na CI, o principal diálogo com as HD tem se dado no campo das discussões sobre preservação de patrimônios culturais nas sociedades contemporâneas, a promoção do acesso universal de forma democrática e o embasamento crítico para a elaboração de políticas públicas de desenvolvimento tecnológico. (ALMEIDA;

³ Entende-se como Sistemas de Informação, segundo o dicionário Oxford, um Sistema seja ele automatizado (que pode ser denominado como Sistema Informacional Computadorizado), seja manual, que abrange pessoas, máquinas e/ou métodos organizados para coletar, processar, transmitir e disseminar dados que representam informação para o usuário e/ou cliente.

DAMIAN, 2015) Consiste, pois, no planejamento, proposição e perspectivas de uso das tecnologias digitais a partir das preocupações típicas das humanidades.

Essa abordagem compreende o ciberespaço como um espaço de mediação de um conjunto de atividades e construção coletiva de repertórios culturais. Ao fazer isso, permite e potencializa uma compreensão das tecnologias não apenas nelas mesmas, em seus elementos componentes, recursos e operacionalizações, mas como dispositivos socio técnicos, isto é, elementos articulados aos demais fazeres humanos. Por isso, é fundamental compreender seu impacto e as distintas possibilidades de seu uso. (ARAÚJO, 2018)

Segundo Castells, como tendência histórica, as funções e os processos dominantes na era da informação estão cada vez mais organizadas em torno de redes. Redes constituem a nova morfologia social de nossa sociedade e a difusão da lógica de redes modifica de forma substancial a operação e os resultados dos processos produtivos e de experiência, poder e cultura. Tudo isso porque elas são estruturas abertas capazes de expandir de forma ilimitada, novas pequenas redes. Nesse contexto é que a rede é um instrumento apropriado para a economia capitalista voltada para a inovação, globalização e concentração descentralizada; para o trabalho, trabalhadores e empresas voltadas para a flexibilidade e adaptabilidade; para uma cultura de desconstrução e reconstrução contínuas; para uma política destinada ao processamento instantâneo de novos valores e humores públicos; e para uma organização social que vise a suplantação do espaço e invalidação do tempo. (CASTELLS, 2009)

Para que cumprissem as predições dos profetas da era das tecnologias da informação, elas precisariam agregar valores éticos, educacionais, sociais, humanistas, culturais, artísticos e espirituais. Valores que se encontram encerrados no livro como em nenhuma outra tecnologia da informação.

O nosso mundo está em processo de transformação estrutural desde há duas décadas. É um processo multidimensional, mas está associado à emergência de um novo paradigma tecnológico, baseado nas tecnologias de comunicação e informação, que começaram a tomar forma nos anos 60 e que se difundiram de forma desigual por todo o mundo. Nós sabemos que a tecnologia não determina a sociedade: é a sociedade. A sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das

peças que utilizam as tecnologias. Além disso, as tecnologias de comunicação e informação são particularmente sensíveis aos efeitos dos usos sociais da própria tecnologia. A história da Internet fornece-nos amplas evidências de que os utilizadores, particularmente os primeiros milhares, foram, em grande medida, os produtores dessa tecnologia. Contudo, a tecnologia é condição necessária, mas não suficiente para a emergência de uma nova forma de organização social baseada em redes, ou seja, na difusão de redes em todos os aspectos da atividade na base das redes de comunicação digital. (CASTELLS, 2009, p.16)

Na contemporaneidade a realidade é governada pela lógica digital, ultrapassa espaço e tempo e se desenvolve sob uma nova ordem do conhecimento, desafiando e exigindo mudanças nos modelos tradicionais do campo da Ciência da Informação (CI) a fim de se adequar ao novo contexto virtual. (LEMOS; JORENTE; NAKANO, 2014).

No caso de países como o Brasil, em que a era virtual chegou sem que tivesse se sedimentado uma tradição letrada, a situação adquire um acento mais dramático, sendo um fator determinante para a desinformação gerada pela democratização da informação, uma pesquisa realizada numa parceria entre a ONG Ação Educativa e o Instituto Paulo Montenegro, no ano de 2003, revela que o analfabetismo funcional atinge a 38% dos brasileiros, sendo que deste percentual 8% é constituído por analfabetos absolutos. Somente 1 em cada 4 brasileiros com mais de 15 anos tem pleno domínio das habilidades de leitura e escrita. (FRANCISCO, 2004)

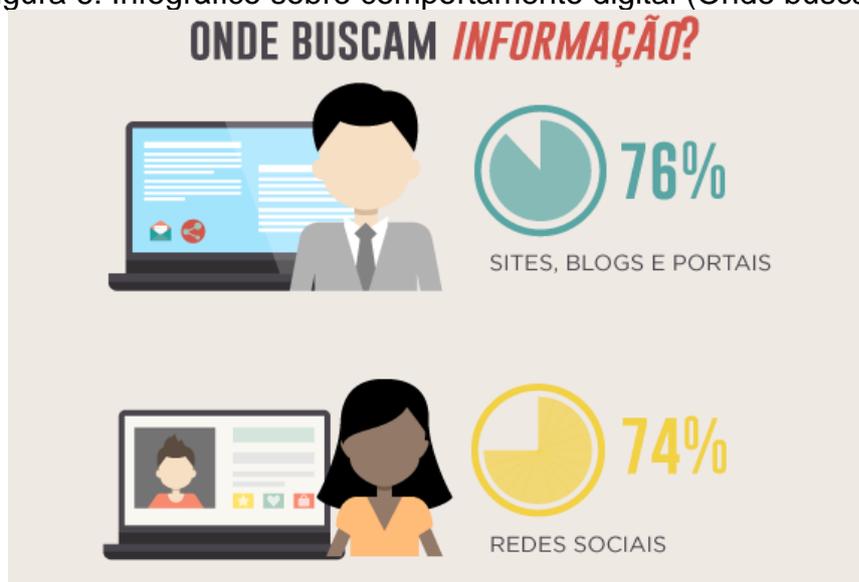
O que nós conhecemos hoje por Internet evoluiu dos interesses militares na década de 1970, chegando ao acadêmico por volta da década de 1980, e finalmente eclodindo no econômico já na década de 1990, quando a National Science Foundation (NSF), instituição americana formada por cientistas e universidades para comunicar e compartilhar conteúdo, decidiu anunciar um plano para privatização da internet (SOLOMON; SCHRUM, 2007).

Há relatos positivos de locais de memória que, por meio de redes sociais como Facebook e Instagram, atraíram mais agentes informacionais para as suas instituições, por meio de postagens de divulgação de seus serviços e utilizando-se

desses meios para criar um canal de comunicação rápido e transparente, podendo assim cumprir o papel da Documentação tradicional, de um agregado de informação e prover material que supra a demanda de seus “clientes”. Com o passar dos anos, as formas de divulgação da informação foram se adequando às necessidades destes agentes, perfazendo uma variedade de formas e meios, que vão desde vídeos em plataformas como Youtube, à *podcasts* em plataformas de *streaming*.

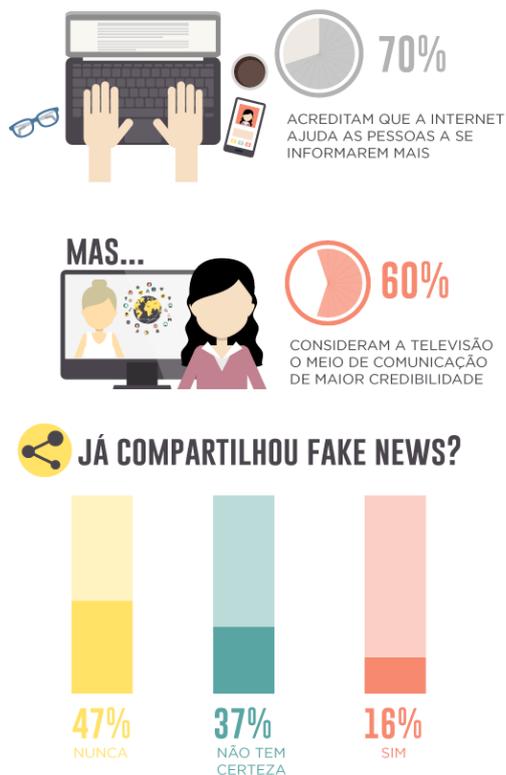
Uma coisa interessante que podemos avaliar no mundo contemporâneo é que ao mesmo tempo que surge a oportunidade de se informar melhor, temos também o contraponto de nos desinformar caso não saibamos buscar a informação ou se a fonte não for confiável. Em um infográfico disponibilizado pela DigitalTalks, empresa que viabiliza estudos comportamentais em âmbito digital, podemos verificar como tem sido o comportamento dos sujeitos em relação a desinformação. A pesquisa da Digitaltalks ouviu 2.016 pessoas, sendo 52% mulheres e 48% homens. A margem de erro é de 2,2 pontos percentuais e o nível de confiança é de 95%. O levantamento foi apresentado durante a Conferência Content 2018, em São Paulo.

Figura 6: Infográfico sobre comportamento digital (Onde buscam)



Fonte: DigitalTalks (2018)

Figura 7: Infográfico sobre comportamento digital (Compartilhamento)



Fonte: DigitalTalks (2018)

Ainda segundo os dados do estudo promovido pela DigitalTalks, o comportamento digital vem mudando, e os sujeitos estão verificando cada vez mais a veracidade da informação.

Figura 8: Infográfico sobre comportamento digital (Antes de compartilhar)



Fonte: DigitalTalks (2018)

Sendo a informação um fenômeno humano e social, Urdenada (*apud* Targino, 2000) afirmando que [...] o conhecimento é um corpo sistemático de informações adquiridas e organizadas, que permite ao indivíduo compreender a natureza. É através da compreensão que o ser humano transmuta informação em conhecimento. Quando falamos de conhecimento falamos de informação como compreensão, isto é, o conhecimento compreende as estruturas informacionais que, internalizadas, se integram aos sistemas de relacionamento simbólico.

Neste contexto, o estudo das HD, campo que surgiu junto com a computação digital e que ainda está em desenvolvimento dentro do âmbito acadêmico, trata sobre a inserção das Humanidades no contexto da cultura digital. O livre acesso à informação e às produções sendo desenvolvidas mundialmente está diretamente inserido dentro do estudo das HD, visto que esta é uma área que se encontra na intersecção das disciplinas de tecnologias digitais e das disciplinas de humanidades. (PALETTA, 2018) Segundo o mesmo autor, podem ser definidas como “novas formas computacionais de estudos acadêmicos transdisciplinares, que envolvem pesquisa, ensino e publicação colaborativa”.

5 Estudo de caso: o *podcast* @Cimplifica

5.1 *Podcast*: um breve histórico

A internet, conhecida Web 2.0 (ambiente de interação e participação que hoje engloba inúmeras linguagens), como facilitadora do livre acesso à informação, e segundo Carvalho e Saldanha (2018), “distinguida como espaço recente de interação e de produção aberta e colaborativa de diferentes conteúdos, de aplicativos e de outros processos digitais”. Como fruto da demanda sempre crescente por novas formas de interação digital, temos o *podcast*, caracterizado como sendo programas de entrevistas em formato de áudio, reproduzido a partir de algum tipo de plataforma de *streaming*.

O *podcast* surgiu em meio a uma profusão de aparelhos reprodutores de áudio, em um período em que os programas de áudio precisavam ser “baixados” a cada nova edição através do computador para que só então, o ouvinte pudesse ouvi-lo. Através de uma tecnologia empregada largamente em blogs, o RSS (Really Simple Syndication), do uso de programas “agregadores” e da criação de um “*enclosure*” que possibilitasse entre os dois primeiros, os *downloads* dos programas de áudio passaram a ocorrer automaticamente, descartando a necessidade de visita ao site de hospedagem para saber se havia algum novo programa a ser baixado. A primeira vez que essa tecnologia foi utilizada foi em 2003, em uma série de entrevistas disponibilizadas na internet pelo jornalista Christopher Lyndon.

Porém, o *podcast* como é conhecido hoje surgiu apenas um ano depois, quando Adam Curry desenvolveu uma forma de transferir o arquivo de áudio pelo RSS para a plataforma iTunes, método que ele disponibilizou para outros programadores, de modo a ser usado livremente. Eis que surge o *podcasting*, ato de transmissão de um *podcast*, que segundo Carvalho e Saldanha (apud JESUS, p. 23):

[...] é um arquivo de mídia transmitido via Feed RSS (Real Symple Syndication – forma de distribuição de conteúdo online). Essa transmissão recebe o nome de *Podcasting*. O formato mais comum de *Podcast* é o áudio, mas isso não exclui outros formatos de mídia.

Com o passar dos anos as tecnologias foram avançando e os serviços oferecidos para o *podcast* se aperfeiçoando com o surgimento dos serviços de *streaming* (*Spotify, Deezer, Soundcloud* e etc.), hoje, a quantidade de *podcasts* e ouvintes cresce a cada minuto e tem se tornado uma prática comum em diversas áreas a criação desses meios de disseminação de informação.

No Brasil, o primeiro *podcast* foi o *Digital Minds*, de Danilo Medeiros, iniciado também em 2004, com temas como tecnologia, ciência e cultura e é graças a ele que comemorasse o Dia Nacional do *Podcast* no dia 21 de outubro (dia de lançamento do programa). A produção de um *podcast* requer conhecimentos básicos de tecnologia, de produção sonora de massa e muita criatividade, já que se trata de uma neodocumentação de recursos tecnológicos relativamente acessíveis e de fácil divulgação. Segundo Levy,

se o espetáculo (o sistema midiático), de acordo com os situacionistas, é o máximo da dominação capitalista, o ciberespaço então está realizando uma verdadeira revolução, pois permite – ou permitirá em breve – a cada um dispensar o produtor, o editor, o transmissor, os intermediários em geral, para dar a conhecer seus textos, sua música, seu mundo virtual ou qualquer outro produto de sua mente. (LÉVY, 2003 p. 54).

Considerando essa afirmativa, não é de se espantar que, dentre os *podcasts* disponíveis em plataformas de *streaming*, possamos encontrar desde organizações tratando sobre assuntos específicos, como pessoas “comuns”, a frente de programas de comedia ou de entretenimento. Qualquer que seja o caso, os *podcasts* tem um potencial informacional altíssimo, podendo levar novos dados ao seu público de forma rápida e ágil, debatendo assuntos genéricos.

De acordo com o site Minas Faz Ciência, podemos encontrar hoje em dia uma série de abordagens dentro do formato do *podcast*, inclusive aqueles que falam sobre ciência, tanto no Brasil quanto no restante do mundo. Ainda conforme as desenvolvedoras do site, em reportagem disponível no link <http://minasfazciencia.com.br/2018/02/06/ouvir-ciencia/>, verifica-se que os *podcasts* divulgados falam sobre assuntos relacionados a Biologia, Física e Ficção científica, mas nenhum sobre CI.

O estudo *Podcast Consumer 2019*, é o mais recente de uma série anual de olhares mais atentos ao público de *podcasting* na América. Este relatório incluiu novas pesquisas do *The Infinite Dial 2019* da *Edison* e *Triton Digital*, além de dados não lançados anteriormente da pesquisa *Share of Ear* da Edison, um produto distribuído que acompanha todas as formas de escuta *online* e *offline* desde 2014, e realizou uma pesquisa nacional por telefone com 1.500 pessoas com 12 anos ou mais, usando técnicas de discagem de dígitos aleatórios para telefones celulares e telefones fixos. Os dados do telefone foram ponderados para mais de 12 números da população nacional dos EUA. Além disso, a *Edison Research* também realizou uma pesquisa *online* nacional com 4.126 pessoas com 12 anos ou mais. Dados *online* ponderados para corresponder aos dados demográficos do telefone com discagem infinita daqueles com acesso à Internet. Ambas as pesquisas foram oferecidas em inglês e espanhol. O *Podcast Consumer 2019* inclui muitos novos dados sobre este meio cada vez mais importante. As principais conclusões incluem o seguinte:

- O público de *podcasting* cresceu significativamente no ano passado. Hoje, 51% dos americanos com mais de 12 anos já ouviram um *podcast*;
- Além disso, o *Share of Ear* do *podcasting* mais do que duplicou em cinco anos, aumentando 122% desde 2014;
- Embora todos os principais dados demográficos tenham crescido, grande parte do aumento no *podcasting* veio dos americanos entre 12 e 24 anos;
- Além disso, 41% dos ouvintes mensais de *podcast* dizem que estão ouvindo mais *podcasts* hoje em comparação com um ano atrás, com 13% dizendo que estão ouvindo menos;
- Os serviços de *streaming* estão desempenhando um papel importante no crescimento do *podcasting*, com 43% dos ouvintes mensais de *podcast* dizem que ouviram um *podcast* no Spotify e 35% no Pandora;
- A música é o tópico número um em termos de interesse dos consumidores de *podcast*;

- Finalmente, 54% dos consumidores de *podcast* dizem que têm mais probabilidade de considerar as marcas que ouvem anunciadas nos *podcasts*, em comparação com 7% que afirmam ter menos probabilidade.

Os resultados desta pesquisa foram revelados pela primeira vez em um *webinar* em 11 de abril de 2019, realizado no mercado americano, investigou os pontos fortes e fracos da audiência de *podcasts* na perspectiva dos ouvintes. Dentre os entrevistados que disseram ouvir ao menos um episódio por mês, a pesquisa investigou os pontos positivos e negativos que eles percebiam nos *podcasts* através de três questionamentos: (1) as razões para ouvir, (2) o que eles achavam bom no hábito de ouvir e (3) o que poderia motivá-los a ouvir mais.

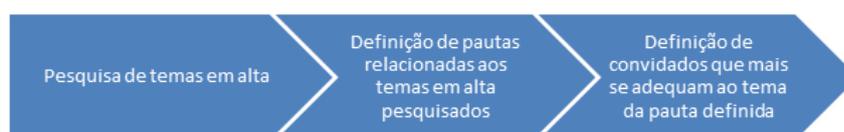
5.2 O @Cimplifica: resultados

Em 2019, no contexto das HD como prática contemporânea da CI, surgiu a ideia do Cimplifica (com “C”, remetendo a “Ciência da Informação”) sendo uma iniciativa conceitual que contemple as discussões sobre a área, mapeando as práticas de pesquisa, e as iniciativas contemporâneas registrando em formato de *podcast*, uma ferramenta fácil e útil, com o princípio básico do bibliotecário, que já mencionamos aqui: que os sujeitos devem ter acesso livre e irrestrito a informação. Uniu-se então as facilidades do *podcast* e a missão do profissional da informação, dando origem a ao primeiro *podcast* brasileiro, 100% voltado para a área, perfazendo as áreas irmãs da Biblioteconomia, Gestão da Informação, Arquivologia e Museologia, onde temas pertinentes a elas serão discutidos com profissionais convidados através do intermédio de estudantes de Biblioteconomia. O formato, cada vez mais popular entre os agentes da internet, tem a vantagem de ser ouvido sob demanda, ou seja, quando o usuário quiser e/ou puder. Utilizando o formato documental *podcast*, e a sua interatividade enquanto instrumento, existe a possibilidade de refletir sobre os novos formatos de Informação, aliado às reflexões epistemológicas sobre a neodocumentação e HD.

A ideia do *podcast* surgiu da necessidade que os criadores identificaram de fazer com que a área de CI seja mais “vista”. E de trazer temas atuais para o debate fora da sala de aula, de maneira simples e objetiva, além de mostrar as várias nuances e possibilidades da atuação dos profissionais. Englobando todos os cursos que forma o guarda-chuva da CI. E, portanto, o nome da organização é uma referência a palavra simplifica, sendo alterada para a escrita com C (CImplifica) para fazer alusão a CI.

O processo de criação dos conteúdos envolve a práxis das teorias da Intencionalidade e Encontrabilidade, uma vez que, ela direciona e ajusta a informação aos seus públicos específicos (MIRANDA, 2010, 2012, 2018), como é o caso da informação científica.

Figura 9: Processo de criação dos conteúdos do CImplifica.



Fonte: CImplifica *Podcast* (2019)

O CImplifica fez uso de metodologias de gestão ágil, com uso de ferramentas como *Design Thinking* e *Scrum*. Os criadores do *podcast* adotaram as ferramentas ágeis para facilitar a gestão dos processos de criação e manutenção dos conteúdos: envolvendo na primeira fase a gestão estratégica e de inovação, tomadas de decisão e processos para delegar as fases das demandas posteriores; na segunda fase é feita todas as pesquisas de conteúdo, com uso de repositórios, algoritmos de dados, pesquisas com geração de nuvem de *tags*, para demandar os assuntos mais procurados e a criação de pautas demandadas pelos ouvintes ou dentro do cronograma e por fim, na terceira fase, é feita a cadeia produtiva da informação em rede, seus acessos, feedback, busca, encontrabilidade, estatísticas, além de toda interação e comunicação com o público no intuito de gerar novas demandas, reiniciando as fases anteriores.

Figura 10: Processo de ideação dos episódios do CImplifica.



Fonte: Feitosa (2019)

O *Podcast* mostra-se uma plataforma que atende essa necessidade atual de informações cada vez mais rápidas e objetivas, trazendo programas de curta duração (30 a 45min), onde o ouvinte pode escutar o programa enquanto está no trânsito, faculdade, corre, faz o serviço de casa ou no próprio trabalho, já que tudo pode estar a palma de sua mão, bastando um *smartphone*, *notebook* ou *desktop* e fones de ouvido.

Como o tema central do *podcast* é a informação, algo que não pode ser desassociado de nenhuma área do conhecimento, o CImplifica visa atingir, primeiramente, os estudantes, professores e profissionais das áreas de Biblioteconomia, Arquivologia, Museologia e Gestão da Informação, mas também pessoas de outras áreas de interesse que queiram se manter atualizadas ou conhecer novos campos.

Como bem mencionado pela *Podcast Consumer 2019*, em seus estudos, poderíamos destacar alguns pontos como vantagens competitivas no combate a desinformação:

- Aumentar o repertório de conhecimento são as razões mais importantes que levam o usuário a selecionar novos *podcasts*;
- Dentre as principais razões para gostar de *podcasts* está a conveniência na forma de consumir, seja pela possibilidade de realizar tarefas simultaneamente, seja pela portabilidade do *podcast* entre plataformas ou pela sua característica *on demand, anytime e anywhere*;
- E por fim a facilidade em encontrabilidade de novos *podcasts* com temas relacionados que, poderiam motivar estes ouvintes a consumir, mais.

A logomarca foi concebida por um profissional de *design* que entendendo a demanda dos criadores deste *podcast*, vislumbrou uma identidade visual, que viria a servir a criação de todas as peças que o Cimplifica faz uso, tais como: sites, plataformas de *streaming* e redes sociais.

Figura 11: Conceito da Identidade Visual

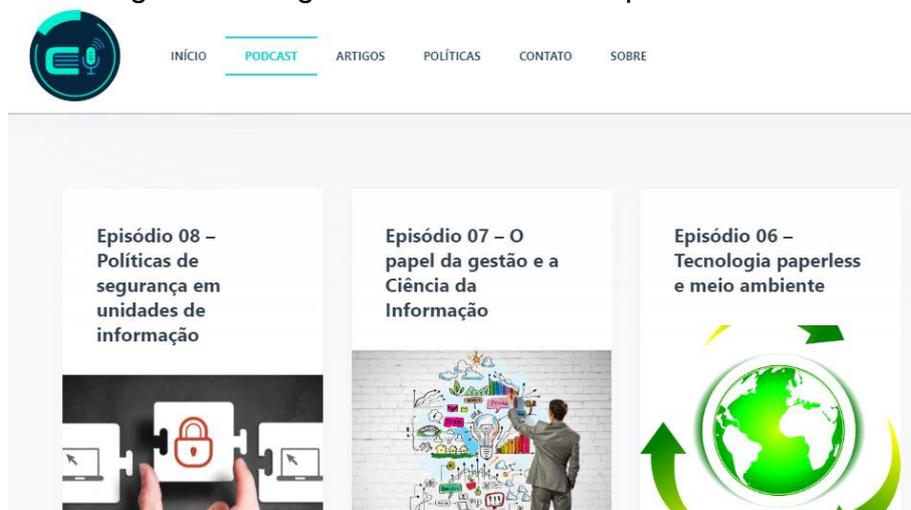


Fonte: Cimplifica Podcast (2019)

Figura 12: Conceito da Marca



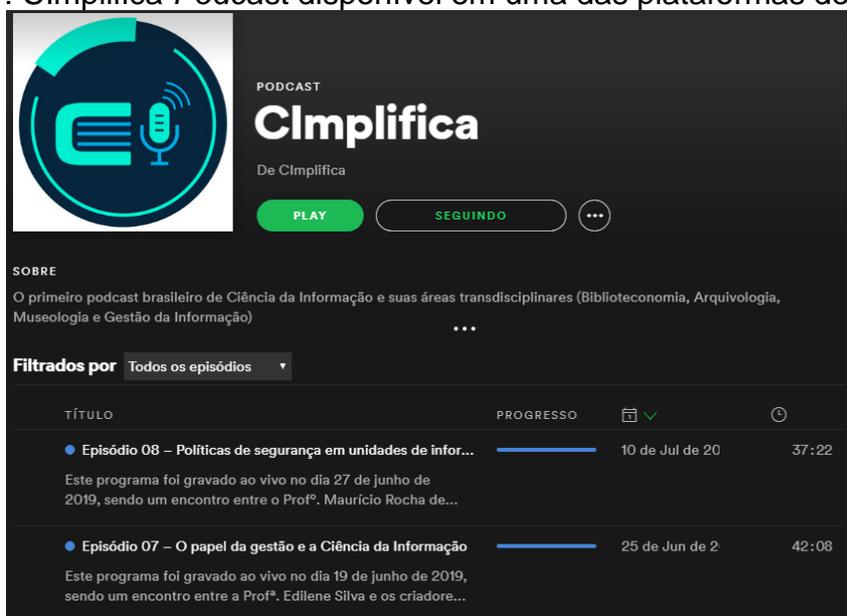
Fonte: Cimplifica Podcast (2019)

Figura 13: Página Inicial do Site *Cimplifica Podcast*

Fonte: *Cimplifica Podcast* (2019)

Além da oportunidade de caracterização dos discursos informacionais pelo mapeamento das iniciativas e demandas contemporâneas de informação. A missão do profissional da informação, dando origem a um *podcast* 100% voltado para a área de CI, também divulga esta área tradicional e tão necessária às práticas sociais de produção e uso da informação. Indiretamente também mostra as relações disciplinares entre as disciplinas irmãs, como a Biblioteconomia, Gestão da Informação, Arquivologia e Museologia, quando temas pertinentes a elas são discutidos por profissionais, sejam eles do mercado ou acadêmicos convidados a participarem do *Podcast*, e tem como um dos objetivos deste trabalho além da divulgação de atividades relacionadas a CI, a conscientização de que a informação está presente em todos os aspectos da vida e que ela pode e deve ser trabalhada e disponibilizada de forma reflexiva com apoio dos novos suportes de informação, contribuindo para um combate eficaz à desinformação. A dinamicidade da plataforma (*podcast*) permite uma maior aceitação do público, corroborando com a vida cotidiana do mundo moderno. O acesso à informação fica cada vez mais rápido e o consumo tende a seguir essa agilidade. Nosso produto visa essa dinâmica, de trazer conteúdo pertinente para o ouvinte e instigar a dúvida e a busca da informação para o usuário.

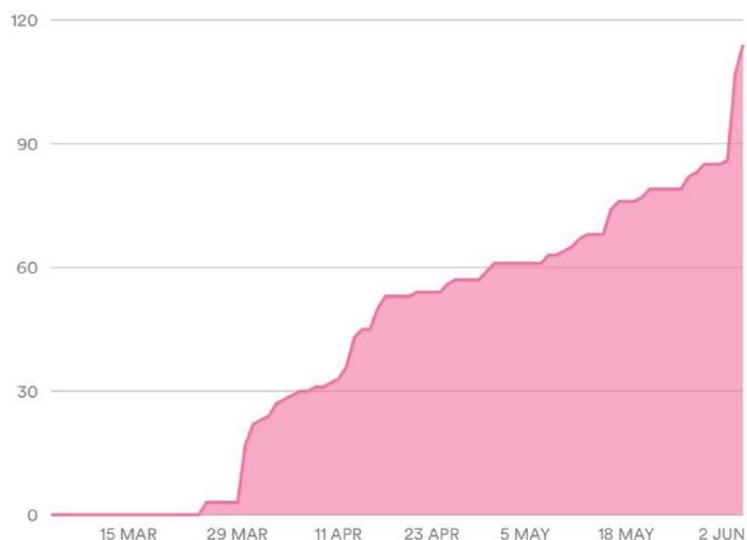
Figura 14: CImplifica *Podcast* disponível em uma das plataformas de *streaming*



Fonte: CImplifica *Podcast* (2019)

Analisando dados de uma de suas plataformas de *streaming*, podemos observar o crescimento de ouvintes dos últimos episódios, podendo ser verificado que a cada novo episódio, o perfil ganha, em média, trinta novos ouvintes, comprovando que a plataforma é inovadora e tende a crescer exponencialmente.

Figura 15: Gráfico de crescimento dos últimos episódios.



Fonte: CImplifica *Podcast* (2019)

Atualmente, segundo dados da Audio.ad, cerca de 25% dos brasileiros ouvintes de áudio digital consomem também *podcasts*. Para um formato que começou em 1999, em RSS, ainda é um número pequeno se comparado aos Estados Unidos, em que o formato atinge 67% da população, o equivalente a 189 milhões de pessoas. Quem não entrar na onda, pode perder um modelo de negócio que valerá US\$ 1 bilhão em 2020, de acordo com um estudo da PwC. Esses dados foram apresentados por Rodrigo Tigre, presidente do Comitê de Áudio do IAB Brasil e country manager da RedMas, durante o evento Branding & Performance, do Interactive Advertising Bureau. Conforme publicação do Portal Comunique-se (disponível em: <https://portal.comunique-se.com.br/de-ouvidos-atentos-o-crescimento-do-podcast-no-brasil/>. Acesso em: 26 maio 2019), podemos analisar ainda alguns aspectos que intensificaram a produção, uso e disseminação dos *podcasts* no Brasil. Os gráficos abaixo mostram os resultados obtidos pela pesquisa⁴.

Figura 16: Quem ouve os *podcasts*?

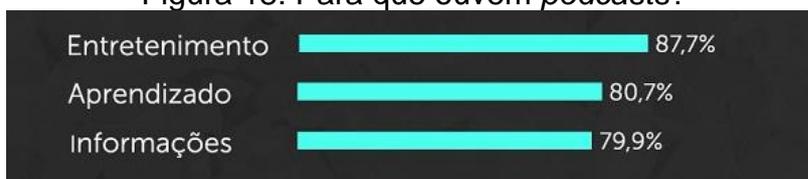


Fonte: Portal Comunique-se

⁴ Os pesquisadores que desenvolveram o estudo de onde os dados da referida pesquisa foram retirados não disponibilizaram as ferramentas utilizadas no processo.

Figura 17: Por que ouvem *podcasts*?

Fonte: Portal Comunique-se

Figura 18: Para que ouvem *podcasts*?

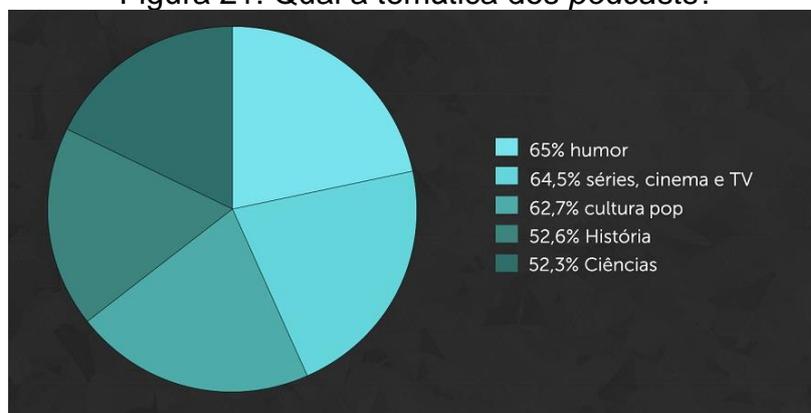
Fonte: Portal Comunique-se

Figura 19: Quando ouvem *podcasts*?

Fonte: Portal Comunique-se

Figura 20: Quantos *podcasts* são consumidos?

Fonte: Portal Comunique-se

Figura 21: Qual a temática dos *podcasts*?

Fonte: Portal Comunique-se

Figura 22: Quais as características dos *podcasts*?

Fonte: Portal Comunique-se

Em suma, o *podcast* é uma mídia que permite que conteúdo digital seja transmitido em praticamente em qualquer formato de áudio para o usuário com relativa facilidade e apresenta enormes potencialidades em educação, tecnologia, cultura e seu impacto social é consideravelmente grande. Os *podcasts* são uma tecnologia emergente que veio para ficar e são ferramentas poderosas de produção e disseminação da informação, além de possuírem um potencial de desenvolvimento elevadíssimo ligado à possibilidade de pensar uma rede mais ampla e territorial que pede trabalho em conjunto das mais diversas áreas de conhecimento e idéias inovadoras para gerar outras formas de disseminação da informação.

Apesar do grande número de usuários atualmente, são poucos que utilizam e entendem todo seu potencial. É claro que não podemos delimitar uma forma correta ou melhor de se utilizar/consumir essa ferramenta, porém, ela apresenta possibilidades de uso e de pesquisa que ainda são pouco exploradas. Essas ferramentas são a ponta do iceberg para uma infinidade muito maior de encontrabilidade da informação na atualidade, mostrando ser uma arma poderosa para o combate a desinformação, como foi descrito nesse trabalho por meio do grande alcance de público que essa tecnologia, atrelada as redes sociais, pode chegar e do impacto social que este pode causar na vida daqueles que sequer imaginariam ouvir sobre ciência no seu dia a dia de forma simples e rápida, instigando-os a pesquisarem e se apropriarem dos espaços de cultura e conhecimento.

6 Considerações finais

Podemos verificar, ao longo deste estudo, que a democratização da informação, ao mesmo tempo que, promove acesso à informação também desafia o cenário tradicional da disseminação da informação – devido à pouca (ou até a ausente) literacia informacional promovida em ambientes digitais – contribuindo, em certa medida, para a desinformação.

Neste contexto, os *podcasts* são ferramentas poderosas de produção e disseminação da informação, além de possuírem um potencial de desenvolvimento elevadíssimo ligado à possibilidade de pensar uma rede mais ampla pode trabalhar em conjunto com as mais diversas áreas de conhecimento e ideias inovadoras para gerar outras formas de disseminação da informação, além de promover a literacia informacional dos indivíduos. Com este formato de neodocumentação propomos uma nova forma de efetuar uma releitura dos conceitos teóricos desenvolvidos pela CI além de uma atualização desses conceitos em ambientes digitais.

O *podcast* vem se mostrando uma arma poderosa no combate a desinformação, como foi descrito nesse trabalho por meio do grande alcance de público que essa tecnologia, atrelada as redes sociais, além do impacto social que pode causar na vida daqueles que sequer imaginariam ouvir sobre ciência no seu dia a dia de forma simples e rápida, estimulando a pesquisarem e se apropriarem dos espaços de cultura e conhecimento.

Esperamos com esse trabalho além da divulgação de atividades relacionadas a CI, ocorra a conscientização de que a informação está presente em todos os aspectos da vida e que ela pode e deve ser trabalhada e disponibilizada de forma reflexiva com apoio dos novos suportes de informação.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Marco Antonio de; DAMIAN, Ieda Pelógia Martins. Humanidades digitais: um campo praxiológico para mediações e políticas culturais? **Anais[...]** João Pessoa: ENANCIB, 2015. Disponível em: <http://www.ufpb.br/evento/index.php/enancib2015/enancib2015/paper/viewFile/2999/1046>. Acesso em: 25 jul. 2019.
- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila de. **Arquivologia, biblioteconomia, museologia e ciência da informação: o diálogo possível**. Brasília: Briquet de Lemos, 2014.
- ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila de. Teorias e tendências contemporâneas da ciência da informação. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, n. 1, v. 13, 2018.
- ASIMOV, Isaac. **Trilogia da Fundação**. 10.ed. Rio de Janeiro: Exped-Expansão Editorial, 2009.
- BARTHES, Roland. **Elementos de semiologia**. 12.ed. São Paulo: Cultrix, 1999
- OLIVEIRA, Lizete Dias de et al. Web social: impacto no comportamento informacional na produção do conhecimento. In: BORGES, Maria Manuel; CASADO, Elias Sanz (coord.). **A ciência da informação criadora de conhecimento**. Coimbra: Editora da Universidade de Coimbra, 2009. p. 325-338.
- BORN, Kelly. **Redes e tecnologias: seis características da era da desinformação**. 2017. Disponível em: <https://neai-unesp.org/seis-caracteristicas-da-era-da-desinformacao/>. Acesso em: 08 jun. 2019.
- BRUYNE, Paul de; HERMAN, Jacques e SCHOUTHEETE, Marc de. **Dinâmica da pesquisa em ciências sociais: os polos da prática metodológica**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1982.
- BUCKLAND, M. K. Information as thing. **Journal of the American Society for Information Science (JASIS)**, v. 45, n. 5, p. 351-360, 1991.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet: reflexões sobre a Internet, os negócios e a sociedade**. São Paulo: Zahar, 2003.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2009.
- CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. São Paulo: WMF
- CHOMSKY, Noam. **Quem manda no mundo?** São Paulo: Crítica, 2017.
- CONDE, César Augusto Galvão Fernandes; ALCARÁ, Adriana Rosecler. Desinformação: qualidade da informação compartilhada em mídias sociais. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 19., 2018, Londrina. **Anais [...]**. Londrina: Editora da Universidade Estadual de Londrina, 2018. p. 1610 - 1629.
- D'ANCONA, Matthew. **Pós-verdade: a nova guerra contra os fatos em tempos de fake news**. São Paulo: Faro Editorial, 2018.

DARNTON, Robert; PELLIZZARI, Daniel. **A questão dos livros**. São Paulo: Companhia das Letras, 2010. 232 p.

EL PAÍS (Brasil). **Usuários transformam seus murais no Facebook em ‘bolhas’ ideológicas**. 2015. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/06/tecnologia/1430934202_446201.html>. Acesso em: 14 jan. 2017.

FILGUEIRAS, Isabel et al. **Jornalismo em tempos de pós-verdade**. Fortaleza: Dummar, 2018.

FRANCISCO, Severino. Sociedade da desinformação. **Unesco: Observatório da Sociedade da Informação**. Brasília, 07 out. 2004. p. 19-25.

FROHMANN, B. O caráter social, material e público da informação. In: FUJITA, M. S. L., MARTELETO, R. M., LARA, M. L.G. de (Orgs.). **A dimensão epistemológica da Ciência da Informação e suas interfaces técnicas, políticas e institucionais nos processos de produção, acesso e disseminação da informação**. São Paulo: Cultura Acadêmica Ed.; Marília: Fundepe Ed., 2008b.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

KUHN, Thomas S. **A Estrutura das Revoluções Científicas**. 5ª ed. São Paulo: Editora Perspectiva S.A, 1998.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LE COADIC, Yves François. **A ciência da informação**. 2. ed. Brasília: Briquet Lemos, 2004.

LE GOFF, Jacques. **História e memória**. Campinas: Ed. Unicamp, 2013.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Editora. 34: São Paulo, 1999.

MCGARRY, Kevin. **O contexto dinâmico da informação: uma análise introdutória**. Brasília: Briquet Lemos, 1999.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 8. ed. São Paulo: Cultrix, 1969.

MESSEMBERG, Débora. A direita que saiu do armário: a cosmovisão dos formadores de opinião dos manifestantes de direita brasileiros. **Sociedade e Estado**, [s.l.], v. 32, n. 3, p.621-648, dez. 2017. FapUNIFESP (SciELO). <http://dx.doi.org/10.1590/s0102-69922017.3203004>.

MIRANDA, Májory Karoline Fernandes de Oliveira. **O acesso à informação no paradigma pós-custodial: da aplicação da Intencionalidade para a *findability***. 2010. 353f. Tese (Doutorado em Informação e Comunicação em Plataformas Digitais - ICPD) – Faculdade de Letras da Universidade do Porto, Porto, Portugal.

MIRANDA, Májory Karoline. Encontrabilidade e teoria da intencionalidade: propriedades para a informação. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, João Pessoa, v. 14, n. 2, p.130-140, 2019.

MORVILLE, Peter. **Ambient findability: what we find changes who we become**. Sebastopol: O'Reilly Media, 2005.

ORTEGA Y GASSET, José. **Misión del bibliotecario**. 2. ed. Madrid: Revista de Occidente, 1967. 83p.

OUVIR ciência: conheça *podcasts* de divulgação científica. 2018. Disponível em: <<http://minasfazciencia.com.br/2018/02/06/ouvir-ciencia/>>. Acesso em: 26 maio 2019.

PIMENTA, R. M. Os objetos técnicos e seus papéis no horizonte das Humanidades Digitais: um caso para a ciência da informação. **Revista Conhecimento em Ação**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 2, 2016. Disponível em: <http://www.brapci.ufpr.br/brapci/v/a/23535>. Acesso em: 01 jul. 2019.

REZENDE, D.D. *Podcast: reinvenção da comunicação sonora*. In: Congresso brasileiro de ciências da comunicação, 30., 2007, Santos. **Anais[...]**. Santos: Intercom, 2007. p. 1 - 12. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R0708-1.pdf>. Acesso em: 27 maio 2019.

RIBEIRO, Nuno. **Smart speakers: os rádios do futuro**. 2018. Disponível em: <http://visao.sapo.pt/opiniao/bolsa-de-especialistas/2018-01-10-Smart-Speakers-os-Radios-do-futuro>. Acesso em: 26 maio 2019.

RIPOLL, L.; MATOS, J. C. M. Zumbificação da informação: a desinformação e o caos informacional. **Revista Brasileira de Biblioteconomia e Documentação**, v. 13, p. 2334-2349, 2017.

ROSENFELD, Denis Lerrer. **O que é democracia**. São Paulo: Brasiliense, 1983. (Coleção Primeiros Passos).

SALDANHA, G. S. **Uma filosofia da Ciência da Informação: organização dos saberes, linguagem e transgramáticas**. Rio de Janeiro, 2012. 439 p. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia. Faculdade de Administração e Ciências Contábeis. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2012.

SANTAELLA, Lucia. **O que é semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 2007. (Coleção Primeiros Passos).

THATCAMP. **Manifesto das digital humanities**. DACOS, M. (trad.). Paris: ThatCamp, 2010. Disponível em: <<http://tcp.hypotheses.org/497>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

VECHIATO, Fernando Luiz. **Encontrabilidade da informação: contributo para uma conceituação no campo da ciência da informação**. 2013. 208 f. Tese (Doutorado) - Curso de Pós Graduação em Ciência da Informação, Universidade Estadual Paulista, Marília, 2013.

VECHIATO, Fernando Luiz; VIDOTTI, Silvana Aparecida Borsetti Gregorio.
Encontrabilidade da Informação: Atributos e Recomendações para Ambientes
Informacionais Digitais. **Informação & Tecnologia (ITEC)**: Marília/João Pessoa,
1(2): 42-58, jul./dec., 2014.