

(*) **Vanina Daraio:** Lic. Psicología UBA. Prof. Educ. Media y Superior Psicología. UBA. Magister Educación, Lenguajes y Medios (UNSAM), Doctoranda Educación (UNTREF). Docente Universidad de Palermo (grado) y UNTREF (posgrado). Miembro del equipo de Orientación Vocacional Exactas UBA, Miembro de la Comisión Directiva de la

Asociación Profesionales de la Orientación Vocacional de la República Argentina, Coordinadora Especialización Orientación Vocacional Educativa (UNTREF). Colaboradora en grupo de investigación (Dra. Ezcurra-UNTREF). Clínica y Orientación Vocacional en consultorio.

Podcast como instrumento para difusão do conhecimento em design e inovação

Pablo Marcel de Arruda Torres (*)

Actas de Diseño (2024, julio),
Vol. 46, pp. 120-123. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2021
Fecha de aceptación: mayo 2023
Versión final: julio 2024

Resumo: Num mundo globalizado onde o tempo é escasso, o podcast surge como uma tecnologia alternativa a ser utilizada a serviço do processo de difusão do conhecimento. Trata-se de uma mídia em formato de áudio acessado por qualquer pessoa interessada no assunto, a qualquer hora e em qualquer espaço geográfico. O podcast pode ser considerado um importante recurso didático complementar, flexível, dinâmico, sob demanda, de fácil acesso, com grande capacidade de difusão do conhecimento, sendo estas as principais motivações do Pílulas de Design, descrito neste trabalho.

Palavras-chave: *Podcast* – Novas mídias – Inovação – Recursos didáticos – Ensino de Design.

[Resumos em inglês e espanhol na página 123]

Introdução

O Blog, a Wikipédia, o Podcast, são apenas alguns exemplos de ferramentas que fazem parte da grande variedade de sistemas hoje disponíveis na nova geração da Internet que se designa por Web 2.0.

A maioria das pessoas quase nem se deu conta de que a Internet mudou o seu paradigma, num tempo em que os usuários passaram a ser também produtores da informação, ou seja, todos podemos produzir os nossos próprios documentos e publicá-los automaticamente na rede sem necessitarmos de grandes conhecimentos de programação e de ambientes sofisticados de informática. A essa mistura de papéis entre consumidor e produtor (conhecido pelo acrônimo prosumers) é que se entende o conceito de Web 2.0, termo cunhado por Tim O'Reilly em 2004.

A web 2.0 é a mudança para uma Internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva (O'Reilly, 2005, online).

Para Alexander (2006), a web 2.0 é essencialmente social e se trata de uma forma de fazer com que a utilização da rede ocorra de forma colaborativa, que o conhecimento

seja compartilhado de forma coletiva, descentralizada de autoridade, com liberdade para utilizar, conceito que em língua inglesa se designa por *collaborative working*. Num mundo globalizado onde o tempo é escasso, o podcast surge como uma tecnologia alternativa a ser utilizada a serviço do processo de difusão do conhecimento. Do ponto de vista técnico, o podcast trata-se de “um processo mediático que emerge a partir da publicação de arquivos áudio na Internet” (Primo, 2005, p. 17). Resumidamente, nesse âmbito pode ser referido como um arquivo digital de áudio, disponível on-line, que contém programas que podem ser utilizados de falas, músicas ou de ambos. Trata-se de uma mídia em formato de áudio que pode ser ouvida por qualquer pessoa interessada no assunto, a qualquer hora do dia e em qualquer espaço geográfico.

Segundo Moura e Carvalho (2006) o termo podcast é relativamente novo e surgiu em 1994 por Adam Curry, que descreveu a tecnologia como a possibilidade de descarregar conteúdos áudio das páginas web. De fato, o termo podcast resulta da soma das palavras iPod (dispositivo de reprodução de áudio/ vídeo) e broadcast (método de transmissão ou distribuição de dados) e daí a conotação acima referida. No entanto esta definição está obsoleta porque o podcast hoje é utilizado nos mais variados contextos, sejam eles no âmbito dos negócios, programas de telejornais e entretenimento, programas de carácter científico e também na educação, onde esta

ferramenta começa a ser utilizada com sucesso crescente para a transmissão e disponibilização de conteúdo (Coutinho e Bottentuit Junior, 2007).

Por suas características particulares, o podcast é marcado pela maleabilidade em seus aspectos de produção e distribuição, acrescentando possibilidades pedagógicas próprias dessa tecnologia (Freire, 2013). Como não há um modelo de ensino ideal nem mesmo uma ferramenta capaz de resolver todos os problemas do ensino e da aprendizagem humana, o podcast deve ser entendido como mais uma ferramenta que pode ser utilizada em contexto pedagógico, que possui atributos específicos e diferenciais que podem (e devem) ser combinados com outros métodos e com outras ferramentas em prol da melhoria da aprendizagem.

O podcast Pílulas de Design

A ideia de criar um podcast no âmbito do Curso de Design da UFCG surge do contexto de pandemia vivido a nível mundial desde o início de 2020, em que todas as atividades passaram a ser remotas. A partir dessa perspectiva, o entendimento do papel das novas tecnologias de informação e comunicação (TIC) foi fundamental para que aulas, orientações, reuniões, eventos, palestras e pesquisas fossem conduzidas com o auxílio de ferramentas tecnológicas remotas e colaborativas. Essas ferramentas permitiram o uso de diversos recursos e mídias digitais (textos, imagens, áudio, vídeo e hipertexto) em favor da Educação, um leque de possibilidades que, acredito, permanecerá e permeará a atividade docente, em qualquer nível, daqui em diante.

Atualmente, há uma explosão de podcasts disponíveis e o público desse tipo de mídia acompanha esse crescimento. Devido às novas tecnologias, o episódio pode ser gravado em formato de vídeo, sendo então disponibilizado no YouTube e nas plataformas de distribuição de podcasts. Assim, podemos dizer que um podcast hoje é um instrumento de conteúdo multimídia, disponível para qualquer pessoa interessada no assunto específico abordado, que tem a vantagem de os episódios ficarem disponíveis para serem consultados quantas vezes forem necessárias, no momento em que o ouvinte estiver disponível, independentemente de onde ele esteja. Unidas à possibilidade de difusão do conhecimento da universidade para dentro e fora de seus muros, foram essas as motivações para a criação do podcast Pílulas de Design.

O nome deriva do fato de a estratégia do podcast ser de episódios curtos, o que em aprendizagem corporativa é entendido como pílulas do aprendizado, que são conteúdos completos e independentes com um curto tempo de duração. Uma definição simples é de que são conteúdos que servem para reafirmar e reforçar um conteúdo (Razzera, 2017), em forma de episódios que duram cerca de 10 minutos cada. Este tamanho é considerado o ideal, pois o objetivo de cada episódio é apresentar conteúdo curto e direto sobre um conceito

e ainda deixar pistas para novos episódios. O tamanho curto também favorece a concentração, pois escutar textos muito longos não produz bons resultados.

O conteúdo é focado, além do Design, em Inovação, Criatividade e Empreendedorismo, num escopo amplo e com assuntos específicos que permeiam o universo dos ouvintes interessados nestes assuntos. A ideia do podcast é trazer também a participação de convidados que possam enriquecer os episódios com seus conhecimentos e conteúdo, sendo o Curso de Design da UFCG o ponto de interseção entre todos os participantes convidados. Ou seja, professores, ex-professores e ex-alunos também são convidados a construir colaborativamente o conteúdo do podcast.

Produção dos episódios

A produção dos episódios ocorre de modo simples. Inicialmente, elaboro uma lista de assuntos relevantes dentro da temática do podcast e defino a ordem em que eles serão abordados nos episódios. Isso é importante de ser feito para evitar que o mesmo assunto ou assuntos próximos sejam abordados em sequência, o que diferencia o conteúdo e torna a mais dinâmica a distribuição dos temas dos episódios.

Definido o tema da semana, realizo uma pesquisa de conteúdo bibliográfico, seja na Internet, em livros ou artigos, inclusive aqueles em que fui o autor. A partir dessas fontes diversas, elaboro o roteiro do episódio por meio do aplicativo Microsoft Word. Vale salientar que as fontes externas utilizadas na elaboração do roteiro de cada episódio são devidamente citadas.

Com o roteiro elaborado, início a gravação do episódio. Para isso, utilizo computador pessoal, microfone condensador (adquirido com recursos próprios) e o aplicativo de edição de áudio *Audacity*, que é gratuito e *opensource*. Após a gravação do episódio, no mesmo software, realizo a edição do áudio, cortando trechos errados, limpando os ruídos, equalizando o áudio e aplicando efeitos sonoros. Com o áudio pronto, divido ele em partes menores e exporto em formato MP3.

Vale ressaltar que nos episódios que contaram com a participação de alguém convidado, eles próprios elaboraram o roteiro, gravaram o áudio e me enviaram, ficando eu responsável pela edição de áudio, já destacada no parágrafo anterior.

Para a montagem do episódio e sua distribuição, faço o upload dos arquivos de áudio para o aplicativo *Anchor*, que também é gratuito, funciona on-line e não necessita de instalação. Os áudios são organizados no aplicativo de acordo com a ordem planejada e alguns efeitos adicionais padrão são aplicados. Ainda tenho que criar o título e fazer a descrição textual do episódio para finalmente distribuir o episódio completo em todas as plataformas de podcast. Com o episódio publicado e distribuído, ainda faço uma arte e divulgo em redes sociais, como Instagram, Facebook e WhatsApp.

Primeira temporada

Em 2020, o podcast *Pílulas de Design* foi publicado entre junho e novembro, semanalmente nas segundas-feiras, com pílulas extras nas quintas-feiras, quando necessário. O podcast em língua portuguesa pode ser acompanhado em todas as plataformas de distribuição, sendo as principais Spotify (<https://lnkd.in/dYmTmQ6>), Deezer (<https://lnkd.in/dBTZ-n6>), Google Podcast (<https://bit.ly/3dyUzoX>) e Apple Podcast (<https://apple.co/3n2ED1b>).

A primeira temporada contou com 28 episódios, sendo 22 pílulas principais e mais 6 pílulas extras, que reforçaram o conteúdo abordado no episódio principal. Os temas abordados foram os mais diversos: definição de Design, o que é Design Thinking, o que é Projeto, o que é Brainstorming, o que é Design de Serviços, o que é Inovação, Tipos de Inovação, o que é uma startup e como criar uma, o que é Design Sprint, o que é Inovação Social, o que é Projeto de Produto, o que é Indústria 4.0, o que são protótipos, entre outros. Além disso, tivemos a participação especial de convidados que abordaram temas de seu interesse, como Wellington Medeiros (Pode o Design gerar significado?), Nathalie Mota (Qual o papel do Design na Cultura Material de uma sociedade?), Cleone Souza (É possível combinar educação com empreendedorismo?) e Julia Teles (Que relações existem entre Design e Sustentabilidade?).

Até o mês de maio de 2021, foram mais de 4.700 plays, uma média de mais de 100 ouvintes por episódio, e a plataforma mais usada foi o Spotify (75% dos plays). O Brasil concentra 88% dos ouvintes do podcast, distribuídos em todos os estados da federação, porém São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul e Paraná concentram 52% dos plays nacionais. Em nível internacional, o *Pílulas de Design* foi ouvido em 15 países além do Brasil (EUA, França, Alemanha, Portugal, Itália, Irlanda, Suíça, Israel, Singapura, Japão, Austrália, Nova Zelândia, Panamá, Costa Rica e Moçambique). A principal faixa etária do podcast fica entre os 18 e 34 anos, com 80% dos plays, sendo 50% de público masculino e 47% feminino.

Segunda temporada

A segunda temporada do podcast *Pílulas de Design* se iniciou em abril e terminará em novembro de 2021. A dinâmica continua a mesma, episódios curtos e semanais, disponíveis em todas as plataformas de distribuição de podcasts, mas com novidades na dinâmica de elaboração dos episódios. Ao invés de roteirizar, gravar e editar os episódios, uma entrevista completa será gravada com os convidados em formato de vídeo, num bate-papo que torne os episódios mais flexíveis e dinâmicos.

A partir dessas entrevistas e dos conteúdos nelas abordados, o áudio é extraído, cortado (cada entrevista gera em torno de 3 episódios curtos), editado e publicado. Ao final da participação de cada convidado, o episódio completo estará também disponível em formato de vídeo. Ou seja, em cada entrevista vamos abordar assuntos diversos e os cortes das entrevistas serão disponibilizados semanalmente nas plataformas de podcasts. No final da

participação de cada convidado, o episódio completo será disponibilizado no YouTube, com alguns trechos exclusivos, que não estarão nas versões de áudio do podcast. O link para o canal do YouTube em que as entrevistas estão sendo disponibilizadas é o: <https://bit.ly/31Zr0WW>.

Considerações finais

O presente trabalho discutiu e descreveu como uma ferramentas digitais podem servir de reforço para conteúdos ligados ao Design e Inovação como recursos didáticos complementares ao ensino de Design. Sobretudo se considerarmos a pandemia de COVID-19 que afetou o mundo inteiro e ainda permanece impossibilitando as atividades presenciais e potencializando o uso de tecnologias de comunicação e informação. Ao mesmo tempo, o *podcast* em formato de áudios distribuídos em diversas plataformas e também como vídeos no YouTube servem de conteúdo aberto, livre e disponível para qualquer pessoa que tenha interesse nos temas abordados, contribuindo com a difusão do conhecimento e com o debate de temas diversos ligados ao mundo do Design e da Inovação.

Como o a maior faixa de ouvintes do podcast é jovem (80% estão entre 18 e 34 anos), a estratégia de usar conteúdos interessantes em áudios curtos, em formato de pílulas, parece funcionar bem, pois tratam-se de pessoas acostumadas com a rapidez da tecnologia e não querem perder tempo com conteúdos muito longos e cansativos. A variedade de temas e a publicação de episódios semanais cria uma relação de permanência dos ouvintes, que ao mesmo tempo possuem a liberdade de escolher ouvir apenas os episódios cujos temas os interessarem, no horário e dias que quiserem, usando a mídia que preferirem. Assim, o *podcast* pode ser considerado um importante recurso didático complementar, flexível, dinâmico, sob demanda, de fácil acesso, com grande capacidade de difusão do conhecimento, não só em Design mas em qualquer área que possa ser de interesse das pessoas.

Referências

- Alexander, B. (2006). Web 2.0: A new wave of innovation for teaching and learning? *EDUCAUSE Review*, 2(41), 32–44.
- Bottentuit Junior, J. B.; Coutinho, C. P. (2007). Podcast em educação: um contributo para o estado da arte. En Barca, A.; Peralbo, M.; Porto, A.; Duarte Da Silva, B.; Almeida, L. (Eds). *Congreso Internacional Galego-Portugués de Psicopedagogía* [Conferencia]. Revista Galego-Portuguesa de Psicoloxía e Educación, La Coruña, España.
- Freire, E. P. A. (2013). Aplicações Escolares do Podcast. En Fadel, L. M.; Vania Ribas Ulbricht, V. R.; Castro Neto, M. (Eds). *6º Congreso Nacional de Ambientes Hipermedia para Aprendizagem* [Conferencia]. Ideia, João Pessoa, Brasil.
- Moura, A; Carvalho, A. A. (2006). Podcast: Potencialidades na Educação. *Revista Prisma*, 3(2006), 88-110.
- O'Reilly, T. (2005, September 30). What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *O'Reilly*. <https://bit.ly/3y6yq8R>

Primo, A. F. T. (2005). Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. *Intexto*, 13, (2005), 1-17.

Razzera, A. (2017, December 14). Microlearning e Pílulas do Conhecimento ainda serão tendências para o mercado de capacitação em 2018? *Mobiliza*. <https://bit.ly/35YPXDW>

Resumo: Os recursos didáticos são ferramentas privilegiadas para o trabalho docente. Assim, consideramos relevante o posicionamento de cada pessoa no ensino. Este artigo propõe trazer à tona desenvolvimentos epistemológicos para refletir sobre o ensino, a aprendizagem e as experiências educacionais. As noções são extraídas de uma revisão teórica do projeto de pesquisa "Desigualdade social e educação superior. O caso da América Latina", dirigido pela Dra. Ana María Ezcurra. Em particular, os conceitos selecionados - validação, expectativas, sala de aula como comunidade, etc. - se articulam com a pedagogia participativa e com as experiências educacionais. - articulam-se com as pedagogias participativas e são enquadrados no Paradigma Organizacional.

Palavras-chave: pedagogias participativas - ensino - design - experiências educacionais.

Abstract: Teaching resources are privileged tools for teaching. Thus, we consider relevant the positioning of each person in teaching. This paper proposes to bring into play epistemological developments to reflect on teaching, learning and educational experiences. Notions

from a theoretical review of the research project "Social Inequality and Higher Education. The case of Latin America", directed by Dr. Ana María Ezcurra. Particularly, the selected concepts - validation, expectations, classroom as community, etc. - articulate with participatory pedagogies and are framed in the Organizational Paradigm.

Keywords: participatory pedagogies - teaching - design - educational experiences.

(* **Pablo Marcel de Arruda Torres:** Doctor en Diseño e Innovación por la Università degli Studi della Campania (Italia), con prácticas internacionales en la Universidad de Málaga (España). Especializado en Marketing y Comunicación (2013), Máster en Ingeniería (2006) y Graduado en Diseño (2003). Profesor del Curso de Diseño en la Universidad Federal de Campina Grande. Sus trabajos han sido publicados y presentados en Portugal, España, Italia, Alemania, India y Argentina. Autor de los libros *Integrando Design e Marketing, creando valor para Marcas* (EdUFCG, 2016) e *Inovação & Design: Perspectivas projetuais para o mundo contemporâneo* (Appris, 2020). Es revisor de las revistas internacionales *i+Diseño* (España) y *SMC* (Italia). Como profesional del Diseño, trabajó con Gráfica, Publicidad e Diseño de Producto para industria de muebles. Sus temas de interés son: Diseño participativo; Innovación social e innovación sociotécnica; Diseño y Nuevas Tecnologías de Producción; Diseño de Servicios y Economía Circular.

Ensino de Design na pandemia: práticas, desafios e prospecções futuras.

Actas de Diseño (2024, julio),
Vol. 46, pp. 123-127. ISSN 1850-2032.
Fecha de recepción: julio 2021
Fecha de aceptación: mayo 2023
Versión final: julio 2024

Paola de Lima Vichy y Ligia Maria Sampaio de Medeiros (*)

Resumo: A educação foi altamente impactada pelo isolamento social no início da pandemia do Covid-19 e as instituições de ensino tiveram que se adaptar rapidamente ao modo de aula *online*. Com isso, emergiram novas práticas e também desafios, trazendo vislumbres de um cenário futuro diferente ao anterior à pandemia. E, nesse contexto, o presente trabalho visa apresentar o resultado de uma pesquisa realizada com professores e alunos de cursos de graduação em Design da cidade do Rio de Janeiro, que teve como objetivo elicitare as principais impressões desse público sobre o ensino remoto e sobre a visão de futuro pós-pandemia.

Palavras-chave: Ensino de Design – Aulas *online* – Impactos – Pandemia – COVID-19.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 127]

Introdução

O atual cenário que o mundo está vivenciando decorrente do coronavírus já pode ser considerado um momento histórico. Caracterizada como uma pandemia pela OMS em 11 de março de 2020, há um ano já transformou o mundo

de uma forma nunca antes imaginada, prospectando diversas outras transformações em diferentes esferas de valor da humanidade: economia, política, família, ciência, educação, saúde, artes, religião. Em 30 de janeiro de 2020, a OMS declarou Emergência de Saúde Pública