

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SÃO CARLOS**

**BACHARELADO EM LINGUÍSTICA**

**ANA MARIA DE SOUZA GUI**

**PODEMOS CONVERSAR?**

Uma análise sobre a estrutura conversacional e o interlocutor invisível nos podcasts

SÃO CARLOS

2024

## **AGRADECIMENTOS**

À minha família, mãe Rhéa, pai Rogério e irmãos Babi e Pedro, pelo apoio, não apenas durante minha graduação, mas em todos os momentos. A todos os amigos que cultivei pela vida. Em especial, Gabriela, Gustavo, Rafaela e Vitória, por tantos anos seguindo juntos, mesmo que separados. Ao meu orientador, Prof. Cleber, que sempre respeitou meu tempo e minhas mudanças de ideia.

## RESUMO

Este trabalho tem como objetivo analisar o acionamento de estratégias conversacionais para aproximação e engajamento da audiência no podcast de divulgação científica de linguística, *Mexendo com a Língua*. Utilizando de elementos conversacionais, serão observados acionadores utilizados pelos apresentadores e entrevistados do podcast para a interlocução com seus ouvintes. A partir do estudo, serão discutidos possíveis benefícios dessa prática.

Palavras-chave: Linguística; Pragmática; Análise da Conversação; Podcast

## ABSTRACT

This work aims to analyze the use of conversational strategies to approach and engage the audience in the scientific linguistic podcast, "Mexendo com a Língua". Using conversational elements, triggers employed by the podcast's hosts and interviewees for interaction with their listeners will be observed. The study will then discuss potential benefits of this practice.

Keywords: Linguistics; pragmatics; Conversation Analysis; Podcast;

## Sumário

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>5</b>
<b>2. O PODCAST COMO CONTEÚDO DE MÍDIA</b>	<b>7</b>
2.1 A POPULARIZAÇÃO DOS PODCASTS	8
<b>3. A ESTRUTURA DA CONVERSAÇÃO</b>	<b>9</b>
3.1 TROCA DE TURNO	10
3.2 MARCADORES DISCURSIVOS	11
3.3 PERGUNTAS RETÓRICAS	12
<b>4. O OUVINTE COMO INTERLOCUTOR INVISÍVEL</b>	<b>12</b>
<b>5. METODOLOGIA</b>	<b>14</b>
<b>6. PROGRAMA MEXENDO COM A LÍNGUA</b>	<b>14</b>
<b>7. ANÁLISE DE MARCADORES DISCURSIVOS</b>	<b>16</b>
7.1 COMPARAÇÃO QUANTITATIVA	17
<b>8. CONCLUSÃO</b>	<b>19</b>
<b>9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>20</b>

## 1. INTRODUÇÃO

O que é um podcast? O conceito de podcast, assim como sua etimologia, pode estar enraizado nos programas de rádio, mas hoje tem sua própria face. A ascensão dos podcasts como uma forma de comunicação e entretenimento tem sido impulsionada pela sua capacidade de cativar e envolver os ouvintes (ou auditório) de maneira íntima e pessoal. Ao contrário dos meios de comunicação tradicionais, nos quais a audiência é apenas receptora passiva, os podcasts convidam as pessoas a sentirem-se parte da conversa, criando uma conexão mais profunda entre os interlocutores. Essa interação próxima gera um senso de comunidade virtual, comunidade essa que permite que determinados temas possam unir seus entusiastas para trocas de ideias.

Outra característica marcante dos podcasts é a flexibilidade e liberdade que eles oferecem aos criadores de conteúdo. Não há restrições impostas por uma programação rígida ou limitações de tempo, o que permite a exploração de tópicos complexos e o aprofundamento de discussões detalhadas. Isso possibilita a criação de conteúdos mais aprofundados para ouvintes pertencentes a um determinado grupo ou, como hoje é chamado, uma bolha. Colocar nas redes qualquer conteúdo, hoje, abre espaço para discussões sobre ciência, política, arte e tantos outros nichos.

Existem alguns formatos de podcasts, dentre eles estão as entrevistas, conversas casuais e monólogos. Ao entendermos um podcast de entrevista como uma conversa articulada entre apenas apresentadores e convidados (ou apresentadores entre si), deixamos de lado o interlocutor principal da troca, o ouvinte. O objetivo deste trabalho é, então, observar como as estratégias de conversação se aplicam dentro do programa *Mexendo com a Língua*, idealizado e realizado pelo grupo de pesquisa em semântica, sintaxe e pragmática formal da Universidade Federal de São Carlos, GeSER. Partiremos do princípio de que cada episódio possui um roteiro e uma edição final e, portanto, não configuram a conversação clássica, e sim uma modulação de artifícios conversacionais. Serão utilizados, como objeto de análise, dois episódios do programa para linguistas (ou para todos aqueles que se interessem por tópicos da língua e sua ciência de estudo).

Serão observadas posições de trocas de turno e marcadores discursivos, levando em consideração a interação do ouvinte como um interlocutor invisível e mantendo foco na estrutura conversacional adotada pelo podcast. "Interlocutor invisível", para efeitos desta discussão, trata-se da audiência do programa, a qual os participantes ativos dele (apresentadores, convidados e produtores) devem direcionar o conteúdo da fala, para garantir a comunicação efetiva e entendimento. São invisíveis porque, mesmo que considerados pelas partes do programa, não possuem voz durante ele, não podem adicionar comentários ou questionamentos. Eles também podem ser distantes do contexto principal abordado pelo podcast, a linguística, e podem não possuir bagagem conceitual para seguirem as linhas de raciocínio, sem que ocorra intervenção dos participantes, que devem buscar explicar suas colocações para quem não pertence ao meio. A partir dessa análise, será fornecida uma visão especulativa que tenta explicar os benefícios da aplicação de elementos conversacionais a conteúdos educacionais e de entretenimento.

## 2. O PODCAST COMO CONTEÚDO DE MÍDIA

O desenvolvimento acelerado da tecnologia e da ciência, impulsionado especialmente pela Segunda Guerra Mundial, culminou na criação da Internet, uma rede global que conecta computadores e equipamentos diversos para facilitar o registro, produção, transmissão e recepção de informações, permitindo a comunicação entre indivíduos, independentemente de suas localizações geográficas. A Internet representa uma verdadeira revolução na vida cotidiana dos seres humanos, como sugere Castells (2000): "o surgimento de um novo sistema eletrônico caracterizado pelo seu alcance global, integração de todos os meios de comunicação e interatividade potencial está mudando e mudará para sempre a nossa cultura". Para Capobianco (2010), desde os primórdios das comunidades humanas, já existiam recursos que permitiam a reunião e preservação do conhecimento, experiências e ideias, que são elementos fundamentais para a cultura e identificação com o ambiente, assim como com outras pessoas. Por essa razão, as tecnologias de informação e comunicação, criadas pelo homem, desempenham um papel essencial na propagação e preservação cultural.

Daniel Bell (1976); explora a importância da propagação de conhecimento como força produtiva, identificando os indícios das implicações derivadas das tecnologias de

telecomunicações, e marcando o início dos estudos sobre os impactos das comunicações digitais. Bell (1976) faz distinção entre informação e conhecimento: enquanto a informação diz respeito ao processamento de dados em uma perspectiva ampla, o conhecimento é caracterizado como um conjunto organizado de declarações, fatos ou ideias, transmitido a outros de forma sistemática e com julgamento lógico ou resultado experimental. A evolução desses conceitos e sua interação com as tecnologias moldaram o cenário atual de nossa sociedade da informação e comunicação.

Para Lemos (2009), a disseminação da internet causou uma mudança nos paradigmas culturais e do conhecimento: "(...) surgiu um novo competidor para a indústria cultural. Esse competidor é a própria sociedade". Apesar dessa democratização, há também a questão da comercialização da informação. O conhecimento é monetizado, e para manter níveis de audiência necessários para retorno financeiro, tudo vale. Com isso, o uso de linguagem enganosa online, para atrair visualizações, também é muito comum. Portanto, o consumidor é bombardeado, diariamente, com conteúdos que não o satisfazem, ou que trazem informações erradas e, por isso, eles buscam por credibilidade e confiabilidade.

## 2.1 A POPULARIZAÇÃO DOS PODCASTS

O crescimento do consumo de programas no formato de podcast (que pode incluir apenas áudio ou, em alguns casos, também imagens de vídeo) se dá a partir da popularização e democratização do acesso a aparelhos eletrônicos, como computadores e smartphones, além do desenvolvimento de plataformas de *streaming*, que permitem a divulgação de materiais, sejam eles produzidos por grandes estúdios ou de maneira independente (O Globo, 2019). Além da facilidade de busca de diferentes temas, o formato mais "conversado" dos programas nacionais aumenta o gosto dos brasileiros pelo meio de entretenimento.

O podcast da era digital surgiu nos anos 2000, como uma consequência (e estratégia de marketing) do lançamento do iPod (Apple), que foi criado para oferecer experiências sonoras.

O termo 'podcasting' foi cunhado originalmente em fevereiro de 2004 pelo jornalista britânico Ben Hammersley num artigo para o diário The Guardian

(Bonini, 2006). É um neologismo que combina 'broadcast' e 'pod', em referência ao iPod, dispositivo da Apple, e à prática disseminada de escuta de áudio em tocadores de mídia portáteis. (Bonini, 2020)

As músicas ou programas executados no aparelho não são mais, neste momento, alimentados através de programações ao vivo, como em uma rádio, mas sim a partir de trilhas e episódios descarregados via internet, e inseridos ao sistema. A partir desse contexto, podemos definir o podcast como "arquivos de áudio de diferentes temas, geralmente contendo notícias e comentários do mundo" (MacDougall, 2012). Dentre tantas opções, hoje, o consumidor de conteúdo online (seja para fins de entretenimento, informação ou pesquisa), é convidado a articular seu poder de escolha, ou então a permitir que algoritmos escolham por ele. Se uma busca for feita, utilizando a ferramenta Google, "podcasts sobre linguística", serão encontrados não um, não dois, mas sim um número grande de programas e episódios nesse formato, que discutem assuntos voltados para questões da língua. A partir desse momento, o consumidor tem a liberdade de selecionar o conteúdo que lhe pareça ideal e navegar pelas opções oferecidas como relevantes à sua pesquisa inicial. A possibilidade de escolha e seleção não só permite que a audiência transite por canais de comunicação distintos, mas também que tais canais se aprofundem em seus temas de referência, em busca de novos espectadores.

Com o passar dos anos, a internet evoluiu, smartphones e streamings viraram parte do cotidiano e, com isso, o consumo de conteúdo online aumentou. O podcast possui diversos formatos (diálogos, monólogos e entrevistas, como é o caso do objeto deste estudo), temas, número de apresentadores e de convidados. Mesmo com tanta variedade, um elemento nunca saiu da essência dos programas: a conversação.

Por conversação não só se designa a troca entre os presentes durante a gravação, mas também inclui aquele para quem se é gravado, aquele que faz com que a troca de informações seja realizada de maneira clara e direcionada, mesmo que não possa incluir, na rotatividade de turnos, suas palavras. Este é o ouvinte.



### 3. A ESTRUTURA DA CONVERSAÇÃO

Para Levinson (2007 [1983]), a conversação, ou conversa, entre dois ou mais interlocutores é campo aberto para a observação de fenômenos pragmáticos que ocorrem durante a formulação de falas. As escolhas, dentre inúmeras possibilidades, feitas pelo falante, refletem posições sociais, culturais, de espaço e de tempo dos actantes, questões importantes na organização conversacional.

[...] pode se entender por **conversação** aquele tipo conhecido e predominante de fala em que dois ou mais participantes se alternam livremente, e que geralmente ocorre fora de contextos institucionais específicos, como sermões religiosos, tribunais, salas de aula e semelhantes. (Levinson, 1983, p. 361)

A seguir, olharemos para aspectos conversacionais que auxiliam a desencadear uma possível melhor interpretação do ouvinte, a partir da interlocução feita pelos participantes do podcast.

#### 3.1 TROCA DE TURNO

Na organização do sistema de fala, podemos identificar trocas de turno. Mesmo que os falantes variem a duração e ordem de suas falas, predominantemente, em uma conversa, cada um dos interlocutores fala em sua vez, as transições são coordenadas e técnicas de alocação são empregadas para a construção de falas relevantes (Sacks; Schegloff e Jefferson 1974). Essa organização do revezamento na fala; torna a comunicação mais eficaz.

De acordo com os autores, as técnicas de alocação de turnos podem ser divididas em dois grupos: (a) aquelas em que o próximo turno é alocado pelo falante atual, que escolhe o próximo; e (b) aquelas em que o próximo turno é autoatribuído. Um dos componentes utilizados para atribuição de turnos seguintes são perguntas direcionadas. Quando A pergunta a B, o primeiro espera que seu parceiro de comunicação tome seu turno, dando continuidade à sua fala.

Ainda para Sacks, Schegloff & Jefferson (1974), os turnos, durante a fala, são formados por Unidades de Construção de Turno (UCT), que têm importância para os

participantes, pois eles conseguem reconhecê-las e antecipar a direção da fala de outros. Ao final de cada UCT os interlocutores alcançam um ponto passível de encerramento do turno, permitindo a possível alternância entre os falantes, e esse espaço interacional é denominado de lugar relevante de transição. As UCTs são caracterizadas por três critérios fundamentais de encerramento: finalização sintática, que ocorre quando a frase ou sintagma está incompleto; finalização prosódica, evidenciada pelo contorno final da UCT, podendo ser ascendente (entonação de pergunta), descendente (entonação de fechamento), ou de continuação; e finalização pragmática, relacionada a uma ação reconhecida no mundo, dentro de uma determinada cultura. O reconhecimento desses elementos durante a fala faz com que o ouvinte da vez não só monitore possíveis alocações de turno, mas também entenda como deve se comportar em seu próximo turno.

### 3.2 MARCADORES DISCURSIVOS

Para Marcuschi (1991), marcadores discursivos funcionam como articuladores utilizados para estabelecer relações estruturais e linguísticas na organização da conversação em turnos. Eles são categorizados em verbais, não verbais e suprasegmentais, cada um desempenha funções específicas e podem aparecer em várias posições, como na troca de falantes, na mudança de tópico ou em posições sintaticamente regulares.

Os recursos verbais incluem expressões de grande recorrência, enquanto os recursos não verbais compreendem gestos, olhares e risos que regulam o contato durante a interação. Os recursos suprasegmentais são de natureza prosódica, envolvendo entonação, alongamento e pausas na fala. As pausas, por exemplo, desempenham diversas funções, como indicar a conclusão de uma unidade comunicativa, marcar hesitações ou antecipar mudanças de turno.

Dentre os recursos verbais, estão os lexicalizados ("sabe?", "entende?", "quer dizer", "mas acho que", entre outros) e os não lexicalizados ("mm", "ahã", "ué"). Tais elementos, quando inseridos pelo falante, podem servir para manter o turno, preencher lacunas, estruturar o pensamento, supervisionar o interlocutor, esclarecer intenções, identificar e referenciar ações, delimitar unidades temáticas, sinalizar o início e o término de uma

afirmação, expressar dúvidas, alertar, antecipar o conteúdo a ser apresentado, realizar correções ou reorganizar e reorientar o discurso. De encontro às expressões do falante, o ouvinte pode devolver outros marcadores, sem tomar o turno, para demonstrar acompanhamento das ideias na conversa.

### 3.3 PERGUNTAS RETÓRICAS

No português brasileiro, identificar interrogações não é feito a partir da sintaxe, mas sim da interrogação, como dizem Araujo e Freitag (2010):

Na fala, perguntas são construções linguísticas que se realizam por meio de uma sintaxe interrogativa, ou seja, possuem entonação ascendente que nos permite identificar que um determinado enunciado se trata de uma pergunta. O uso de perguntas está constantemente presente na língua falada com o intuito de causar uma maior proximidade entre os interlocutores, o que demonstra que o seu uso trata-se de uma estratégia de interação para o desenvolvimento da comunicação entre os indivíduos (Araujo; Freitag, 2010).

As perguntas retóricas, de maneira geral, são caracterizadas por não esperarem uma resposta do interlocutor, mesmo apresentando a entonação de questionamento. São perguntas para as quais o falante já sabe a resposta, ou que apenas direcionam o interlocutor para um determinado raciocínio.

## 4. O OUVINTE COMO INTERLOCUTOR INVISÍVEL

Para Bechelloni (2000), “A audiência é um objeto social complexo e assim deve ser entendida em relação aos meios de comunicação”. O autor abre a discussão sobre a constante subestimação da audiência pela mídia. Ele indica os comportamentos que acusam tal subestimação, como o entendimento do público como um mero receptor passivo, e a concepção de programas, textos e estruturas midiáticas que não levam em consideração o perfil do interlocutor “com o qual se quer compartilhar significados” (Bechelloni, 2000).

Ele aborda a simplicidade da linguagem adotada pela mídia (faz um paralelo direto com comportamentos sociais observados na Itália, seu país de origem) que dificulta ou

inibe o processo cognitivo, o qual Bechelloni acredita ser o maior obstáculo a ser derrubado.

É importante entender com relação à mídia sobretudo o fato de sua presença modificar incessantemente o ambiente social e cultural. Aumentou para todos, ou quase todos, a potencialidade relacional e cognitiva de acelerar os processos de mudança, de alargar os horizontes de vida, de reivindicar as decisões, de aumentar a visibilidade de uma cultura por outra, das identidades, dos estilos de vida. (Bechelloni, 2000).

O que chamamos aqui de “ouvinte invisível”, é a audiência para quem o conteúdo da conversação do podcast é direcionado. Ao mesmo tempo que todos aqueles que falam no programa têm a audiência em mente, ela não pode modificar o rumo da conversa, não pode trazer questionamentos na hora. Mas isso não significa que esses são apenas seres passivos, que recebem informações e as absorvem sem reflexão ou uma atitude responsiva ativa.

Mesquita (2014) fala sobre a “não tão invisibilidade assim” da audiência. Hoje, com a internet e diferentes mídias sociais, torna-se mais fácil a interação com o público. Eles ainda não são capazes de acionar seus turnos de fala durante o programa, mas eles já conseguem, em janela de tempo muito menor, adicionar comentários através das redes sociais, o que caracteriza um diálogo entre a audiência e os membros do podcast.

O público de um texto, filme, música ou podcast, deseja ser tratado como parte integrante da discussão. Quando têm o espaço, eles participam, e quando são subestimados, tendem a se afastar do conteúdo que os esquece. Portanto, a audiência, em conclusão, participa ativamente do desenvolvimento linear, da comunicação que a peça midiática lhe oferece e, quando estimulada pelos criadores e apresentadores, cria ligações cognitivas sobre o material apresentado. Dessa forma, o público depende de que criadores e participantes de uma peça desenvolvam essa percepção através da comunicação.

No caso de um podcast de divulgação científica e educação, como o objeto deste estudo, *Mexendo com a Língua*, desenvolver uma interlocução com marcações tradicionais

da conversação natural, pode auxiliar o ouvinte a criar tais ligações, o que pode ser benéfico.

## 5. METODOLOGIA

Foram realizados dois estudos separados, utilizando episódios do programa "Mexendo com a Língua". O primeiro estudo analisa, em dois episódios da primeira temporada, falas dos apresentadores e entrevistados, em busca de marcadores de interlocução que demonstrem o direcionamento da comunicação para o ouvinte. Os episódios foram selecionados a partir de sorteio, e possuem o mesmo tempo de duração.

Cada episódio conta com dois apresentadores, a quem chamaremos de *H1* e *H2*. Eles direcionam a entrevista, e são, majoritariamente, os responsáveis pela comunicação com a audiência. Isso porque, além de indicarem direcionamentos aos ouvintes (como introduzir os entrevistados e avisar sobre a continuação do episódio, por exemplo), eles sempre estão atentos a qualquer necessidade de esclarecimento das ideias apresentadas. O número de entrevistados, nos dois episódios, não varia, apenas um convidado está presente, e a nomenclatura deles, no estudo, se diferencia por *E1* e *E2*. Com todos os dados coletados, o objetivo da análise será indicar marcadores linguísticos que condicionem aspectos da conversação.

O segundo estudo procura exemplificar uma possível diferença entre três podcasts de diferentes nichos (Pod1, Pod2 e Pod3). Pod1 refere-se ao episódio do "Mexendo com a Língua", programa de divulgação científica; Pod2 é um episódio do nicho de entretenimento, do programa "Quem Pode, Pod"; Pod3 é um episódio do programa "CBN Profissionais", que oferece dicas de carreira. Os episódios foram sorteados e possuem as mesmas características estruturais: são no formato de entrevista, possuem dois entrevistadores, um entrevistado e todos têm duração de uma hora. Neste estudo, foram comparadas a quantidade de interlocuções direcionadas à audiência em cada um dos nichos.

Este será apenas um norte especulativo que abrirá discussão sobre o engajamento de ouvintes em podcasts que tratam de diferentes temas. Não há a pretensão de categorizar o

comportamento conversacional de cada um, em uma pesquisa futura, há espaço para analisar mais a fundo tais diferenças.

## 6. PROGRAMA MEXENDO COM A LÍNGUA

O Grupo de Pesquisa em Semântica, Sintaxe e Pragmática Formais (antigamente Grupo de Pesquisa em Semântica Referencial (GeSER)) da Universidade Federal de São Carlos foi fundado em 2010, se concentra na análise de fenômenos linguísticos nas áreas da semântica, sintaxe e pragmática formais, bem como na divulgação do conhecimento científico e letramento em linguística. O Grupo entendeu que há uma necessidade de letramento científico dentro da linguística e que o compromisso de promover a divulgação da ciência linguística é necessário para a formação de novos pesquisadores, bem como de que o conhecimento sobre linguística é também um direito cidadão. Foi a partir dessa compreensão que surgiu o projeto “Mexendo com a Língua”.

O podcast *Mexendo com a Língua* nasceu como uma oportunidade de levar alguns conhecimentos, antes acessíveis apenas em ambientes acadêmicos, para a comunidade geral, já que as pessoas tendem a ter uma visão equivocada do que faz um profissional linguista. A preocupação dos realizadores é, em primeiro lugar, adaptar seu conteúdo para uma linguagem que possa ser compreensível para pessoas de fora do campo ao mesmo tempo em que a simplificação não transforme o conteúdo em objeto “simplista”.

A estrutura dos episódios baseia-se em outro formato de "conversas assistíveis", o *talk show*, programa de bate-papo, popularizado pela televisão norte-americana, e hoje também um conhecido da população brasileira. A troca de ideia entre *hosts* e convidados, por mais natural e espontânea que possa parecer, passa por um processo de curadoria e roteirização, que não determina as exatas palavras pronunciadas ou turnos de fala, mas cerca o tom geral de apresentação da temática e discussões, previamente acordadas entre as partes. Somado ao procedimento de corte e edição, realizados antes da divulgação do material, as práticas de preparo das conversas tornam a experiência mais distantes da conversação analisada pelos teóricos linguistas, ao mesmo tempo que permitem aos falantes (no caso, convidados e entrevistadores do Mexendo com a Língua) que adaptem

suas explicações para esmiuçar ideias e termos que possam ser desconhecidos pela audiência não inserida no ambiente acadêmico linguístico.

Mesmo assim, somos capazes de identificar processos enunciativos espontâneos presentes nas gravações das entrevistas e, a partir deles, indicar marcadores discursivos que representam interlocução direta aos ouvintes-não-participantes, a audiência. Esse contato direto é capaz de cativar a atenção do auditório e incentivá-los a continuarem presentes e engajados na conversa apresentada.

## 7. ANÁLISE DE MARCADORES DISCURSIVOS

O propósito deste estudo é observar o emprego de estratégias conversacionais visando à aproximação e envolvimento da audiência no podcast de divulgação científica sobre linguística, "Mexendo com a Língua". Olharemos, agora, para alguns marcadores discursivos que podem interferir no engajamento do ouvinte. Veja o exemplo de fala produzida pela professora entrevistada no episódio 10 da primeira temporada do Mexendo com a Língua:

- a) *E*: O caso da aquisição de linguagem que a gente né ... termo técnico pra gente aqui aquisição de linguagem ... a gente está falando da língua oral da língua falada ou da língua sinalizada entende?

A partir dessa produção, podemos exemplificar a interlocução com o ouvinte invisível. O marcador, "entende?", é verbal e lexicalizado (Marcuschi, 1991), com intenção de manutenção da atenção do público. É também uma pergunta retórica, já que tem a entonação ascendente (Sacks; Schegloff & Jefferson, 1974), mas não espera uma resposta. Há, além disso, a reorganização da fala, com a qual a falante proporciona esclarecimento para aqueles que não são inseridos no meio linguístico. É a eles que a professora se dirige quando explica, já que as duas outras partes atuantes da conversa possuem conhecimento específico de linguística, e não precisam de novas explicações. Ao utilizar essa estratégia de conversação, a entrevistada infere ao ouvinte a sensação de alocação de turno (Sacks; Schegloff & Jefferson, 1974), mesmo que ele não possa responder diretamente para confirmar seu entendimento.

Abaixo olharemos para outros exemplos da interação com a audiência:

- b) E2: Não vou querer ser muito chato com terminologia, mas que normalmente a gente conheceria mais como psicoterapeuta... na verdade até continue chamado de psicólogo porque se chamar de psicoterapeuta é capaz de ninguém entender o que você tá falando mas enfim

Conforme Marcuschi (1991), os marcadores discursivos desempenham o papel de articuladores utilizados para estabelecer relações estruturais e linguísticas na organização dos turnos durante uma conversação. Neste exemplo, "na verdade" é um marcador discursivo verbal e lexicalizado que serve para estruturar o pensamento (Marcuschi, 1991). Ele serve, aqui, como uma forma de acessar ao interlocutor com uma correção de sua fala anterior, chamando assim a atenção dele.

- c) E2: Então o que seria esse conhecimento científico que eu estou falando tanto né?
- d) E1: Então muita atenção quando vai em uma escola que diz nós temos aqui um programa bilíngue quem que tá falando essa língua estrangeira com a criança?

Para Marcuschi (1991), os marcadores discursivos podem ser de natureza verbal, não verbal e suprasegmentais. A caracterização da pergunta, nestes exemplos, é feita a partir de um marcador suprasegmental, a entonação ascendente. Na fala c) a pergunta serve para "avisar" o ouvinte sobre uma mudança do tema da fala, e alertá-lo para ter atenção, pois se trata de uma informação importante para o decorrer da discussão. Em d), há a mesma categorização do marcador de pergunta, porém, com a intenção de causar reflexão. Ambas as falas usam da pergunta retórica para dar andamento à conversa, já que não esperam resposta do ouvinte.

- e) H1: A gente não quer desestimular ninguém a estudar uma segunda língua pessoal não pensem assim [...] não fiquem preocupados, vão estudar uma segunda língua
- f) E1: Se vocês digitarem no YouTube aquisição de linguagem humana pode vir outras coisas [...] se alguém se interessar digita lá meu nome



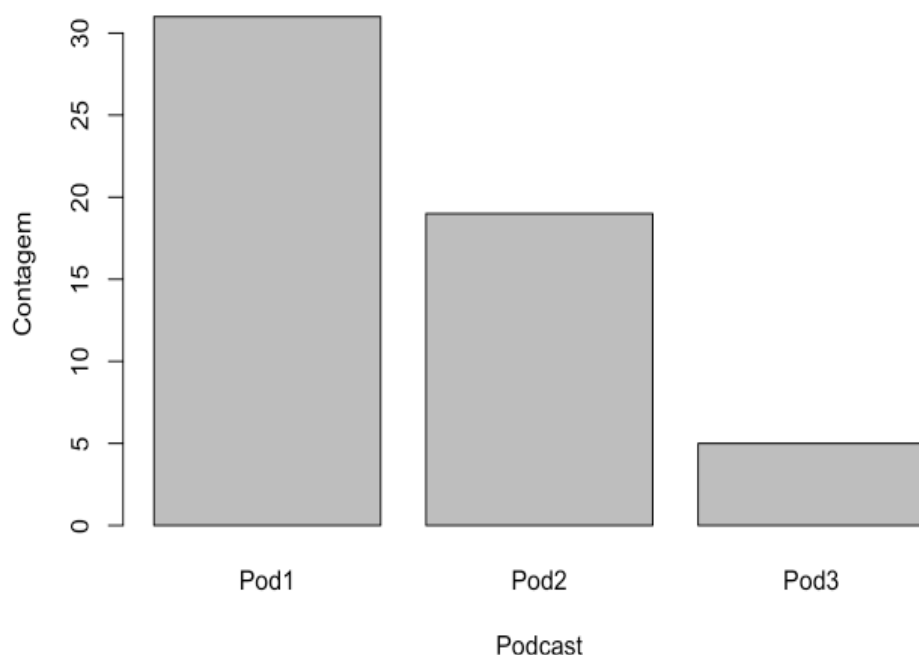
Nos dois exemplos acima, o apresentador e entrevistador falam diretamente com o ouvinte invisível, utilizando a forma imperativa dos verbos. Eles dão direcionamento ("não fiquem preocupados", "vão estudar" e "digita lá") claros ao público, e esperam uma resposta deles, não através de fala, mas de um comportamento.

## 7.1 COMPARAÇÃO QUANTITATIVA

Este estudo trata-se apenas de uma especulação sobre uma possível diferença entre a preocupação de um programa de divulgação científica em aproximar seus ouvintes, e programas de outros temas. Os dados não são conclusivos, e sim abrem espaço para a discussão sobre a utilização mais frequente de estratégias de aproximação da audiência para engajá-la. Para isso, foram coletados dados da interlocução com a audiência em três podcasts diferentes, com públicos alvos diferentes: a) *Mexendo com a Língua*, divulgação científica; b) *Quem Pode Pod*, entretenimento; c) *CBN Profissionais*, carreira. Os três episódios possuem a mesma duração (1h) e configuração de integrantes (*H1, H2, E*).

Imagem 1 - Contagem de Interlocuções

### Contagem de Interlocuções



Fonte: Estudo realizado pela autora

Como pode ser observado no gráfico acima, dentre os episódios analisados, destaca-se o número de interlocuções apontadas no Pod1, *Mexendo com a Língua*, enquanto os outros dois apresentam menor frequência de modulação conversacional direcionada ao ouvinte.

Nos exemplos coletados, existem duas maneiras do podcast envolver a atenção da audiência. Eles podem se dirigir diretamente ao ouvinte, utilizando pronomes ou verbos no imperativo, indicando à audiência que deve ser performada uma ação, como "preste atenção" ou "siga nosso canal". Mas também há momentos em que o falante chama a atenção sem utilizar das estratégias acima. Nessas ocasiões, o falante se direciona à audiência sem mencioná-la, como por exemplo, no Pod2, quando uma das apresentadoras introduz um novo segmento do programa, mostrando ao ouvinte que ele deve prestar atenção à mudança de assunto "Agora vamos para o top5".

É natural que programas voltados para entretenimento e cultura pop, como o Pod2, apresentem menos engajamento com o público, já que os ouvintes mais cativos procuram

conversas leves, sem a necessidade de estar 100% do tempo engajados, e mesmo que percam a atenção, conseguem acompanhar o andamento da entrevista.

Já o Pod3 apresentou dados diferentes dos esperados. Por se tratar de uma conversa mais densa, a hipótese inicial era de que ele também apresentaria mais interlocuções, assim como o podcast de divulgação científica, porém, ele se mantém como uma conversa entre as partes presentes e actantes da fala, deixando de lado estratégias conversacionais direcionadas ao público.

É preciso retomar que este estudo não teve como objetivo provar nenhuma diferença, já que não possui dados suficientes. Podemos, porém, abrir discussão sobre a frequência observada nos três exemplos discutidos acima. Pela análise da interlocução presente nos podcasts, podemos especular que o formato de divulgação científica, exemplificado pelo programa *Mexendo com a Língua*, demonstra uma maior preocupação em envolver e engajar a audiência de maneira mais direta e frequente do que outros formatos, como entretenimento e dicas de carreira.

## 8. CONCLUSÃO

Este estudo teve como objetivo observar estratégias de conexão com o ouvinte invisível utilizadas pelo programa *Mexendo com a Língua*. Conversar diretamente com o auditório pode ser uma maneira simples de trazê-lo para dentro da discussão, e isso pode ser benéfico tanto para eles, quanto para a produção, que será capaz de cativar público e espalhar sua mensagem.

A abordagem do podcast de divulgação científica estudado não apenas reconhece a presença do "ouvinte invisível", mas também o considera como parte integrante da conversa. Essa interação direta pode contribuir para um maior engajamento de seu público, pois o faz sentir-se mais conectado e participativo na experiência do podcast. A capacidade de criar essa conexão é essencial, especialmente em um contexto em que a audiência busca não apenas informação, mas também uma experiência mais próxima e envolvente. Assim, ao modular estratégias de interlocução mais intensas, como as perguntas e o uso de marcadores conhecidos, o podcast *Mexendo com a Língua* não apenas cumpre seu papel

informativo, mas também promove uma relação mais ativa e participativa com sua audiência. Esse tipo de abordagem pode ser benéfico para a disseminação do conhecimento científico linguístico, proporcionando uma experiência mais envolvente e acessível ao público em geral.

Novas pesquisas no campo da comunicação e linguística têm o potencial de aprimorar significativamente a interlocução e fortalecer as conexões com os ouvintes de diversos temas. Investigar e desenvolver abordagens inovadoras nessas áreas pode resultar em benefícios adicionais para a qualidade da comunicação, enriquecendo a forma como as mensagens são transmitidas e compreendidas.

## 9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROS, Luiza. **A era de ouro dos podcasts: entenda o boom dos programas de áudio on-line.** O Globo, 21 de abril de 2019. Disponível em <https://oglobo.globo.com/cultura/a-era-de-ouro-dos-podcasts-entenda-boom-dos-programas-de-audio-on-line-23612273> Acesso em 06 de julho de 2023.

BECELLONI, Giovanni. **Audiência: uma abordagem sociológica da comunicação.** Comunicação e Educação n.17, p.61-67. Abril, 2000.

BELL, Daniel. **The social framework of the information society.** In: T Forester (ed.), *The Microelectronics Revolution*, 1980.

BONINI, Tiziano. **A “segunda era” do podcasting: reenquadrando o podcasting como um novo meio digital massivo.** *Radiofonias – Revista De Estudos Em Mídia Sonora*, 11(1). Julho de 2020.

CAPOBIANCO, Ligia. **A Revolução em Curso: Internet, Sociedade da Informação e Cibercultura.** *Estudos em Comunicação* nº7, v.2, 175-193. Maio de 2010.

CASTELLS, Manuel, **A Sociedade em rede.** A era da informação: economia, sociedade e cultura, Volume I, São Paulo, Paz e Terra, 2000.

MARCONDES, Danilo. **Desenvolvimentos recentes na teoria dos atos de fala**. O que nos faz pensar, nº17, v.13. Dezembro de 2003.

MARCUSCHI, L. A. **Marcadores conversacionais**. In: Análise da conversação. São Paulo: Editora Ática, 1991.

MESQUITA, Giovana Borges; PEREIRA, Alfredo Eurico. **A audiência potente e as novas relações no jornalismo**. Estudos em Jornalismo e Mídia Vol. 11 Nº 2. Dezembro de 2014

MEXENDO COM A LÍNGUA: **Como adquirimos a linguagem?**. Entrevistado: Elaine Grolla. Entrevistador: Dirceu Cleber Conde; Yan Masetto. 16 de dezembro de 2022.

MEXENDO COM A LÍNGUA: **O que é, afinal, essa tal de Psicolinguística?**. Entrevistado: Thiago Motta. Entrevistador: Yan Masetto; Elisa Anju. 30 de outubro de 2022.

LEMOS, R. In: SAVAZONI, R; COHN, S. (Orgs). **Cultura digital.br**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, p.98, 2009.

LEVINSON, Stephen C. **Pragmatics**. Cambridge University Press. 1983.

SACKS, Harvey; SCHEGLOFF, Emanuel A.; JEFFERSON, Gail. **A Simplest Systematics for the Organization of Turn-Taking for Conversation**. Vol. 50, No. 4, Part 1, pp. 696-735. Dezembro de 1974.

