Divulgação científica e podcast: proposta de desenvolvimento do podcast *Não é bem assim!*[1]

Rosângela Gomes DANIEL[2]
Adriana C. OMENA SANTOS[3]
Universidade Federal de Uberlândia, MG

Resumo

O artigo apresenta resultados preliminares de pesquisa e desenvolvimento de produto junto ao mestrado profissional em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia. A proposta diz respeito aos conceitos de comunicação pública da ciência e divulgação científica, especificamente por meio de podcast, com vistas a viabilizar a produção de piloto do *Não é bem assim!* Podcast de divulgação científica voltado para as questões da maternidade e maternagem à luz da ciência e da divulgação científica, sempre com a participação de mães em cada um dos assuntos abordados pelo produto. Assim, por meio de pesquisa descritiva e exploratória a proposta é a experimentação e desenvolvimento do produto supracitado. Até o momento foi realizado o levantamento bibliográfico inicial, breve levantamento de similares e elaboração de roteiro inicial do produto que venha responder aos questionamentos relacionados com a temática.

Palavras-chave: comunicação pública, divulgação científica, podcast, maternagem.

[1] Trabalho desenvolvido no escopo de pesquisa financiada pela Fundação de Amparo à Pesquisa de Minas Gerais – FAPEMIG e apresentado na DT Comunicação Audiovisual, GP Comunicação, Imagem e Imaginários, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Administradora, Especialista em Marketing Organizacional e discente no mestrado em Tecnologia, Comunicação e Educação na Universidade Federal de Uberlândia (UFU), e-mail: rosangelagoomes@gmail.com .
[3] Bacharel em Comunicação Social, Mestre e Doutora em Ciências da Comunicação, professora no curso de Jornalismo e no Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação e no Programa de Pós-graduação em Educação da Universidade Federal de Uberlândia (UFU), e-mail: adriana.omena@ufu.br .

Introdução

O tema desta pesquisa, e do posterior desenvolvimento de produto como desdobramento dela, surge de algumas inquietações que orbitam os seguintes assuntos: a comunicação, a ciência e a maternidade na sociedade. Mais especificamente está relacionado com como a comunicação por meio das mídias digitais ampliaram o acesso de muitas pessoas à informação disponibilizada em diferentes formatos, incluindo-se mídia sonora, mas ao mesmo tempo, alguns setores e assuntos da vida cotidiana ainda passam por dificuldades para uma efetiva comunicação emancipadora. A temática da maternidade é apenas um exemplo.

Antes, contudo, de apresentar os conceitos da pesquisa propriamente dita, cabe relatar que ao ingressar no curso de Jornalismo um universo de possibilidades para além de uma formação técnica e profissional me foi apresentado, ali eu conheceria o tripé regente e indissociável das atividades desenvolvidas pela universidade pública brasileira: o ensino, a pesquisa e a extensão. É a busca por tal indissociabilidade que, já no mestrado, levou a pensar um caminho em que o resultado da pesquisa apresentada fosse algo que pudesse imediatamente contribuir no cotidiano dos sujeitos envolvidos no assunto estudado.

Minha vivência na acadêmica e o contato com pesquisas em áreas diversas me possibilitou o acesso à informação e à ciência, em diferentes fontes de conhecimentos, confrontar essas informações, discutir com fundamento em evidências as dúvidas que me acometiam pessoalmente, enquanto gestante, etc. Ao mesmo tempo, e paradoxalmente, como mãe pude conviver com mulheres que, por diversos motivos, a sua única fonte de informação acerca de saúde da mulher, gestação, saúde infantil, dentre outros, era através da figura do médico que acompanhava a gestação e o bebê pós nascimento. Conheci histórias de pais que tomaram atitudes equivocadas, tentando fazer o melhor para eles mesmos ou para seus filhos e que, por vezes, até prejudicaram ou pioraram o quadro de saúde. Como comunicadora, crescia a inquietação de como minimizar tais situações, entendo de que forma a comunicação poderia contribuir para que esses episódios fossem menos cotidianos.

Esses acontecimentos contribuíram para reflexões acerca da gestação, maternidade e maternagem[4] e como esses assuntos são, eventualmente, distorcidos e confusos. Também quais

[4] De acordo com Araújo (2019), nos tempos atuais a maternagem significa cuidar, proteger os filhos, mas na antiguidade englobava tudo o que contribuía para deixar descendentes, desde a divisão adequada do tempo até a tarefa do cuidar das crianças, era também parte da maternagem e era uma questão de vida ou de morte tanto para as mães quanto para os filhos.

variáveis poderiam estar relacionadas diretamente para que este fenômeno ocorresse e quais ações poderiam ser feitas para que eles não fossem recorrentes no cotidiano das pessoas. Assim, comecei a participar de eventos voltados à comunicação da ciência e divulgação científica, com a intenção de conhecer os motivos que faziam a sociedade desconhecer ou até mesmo negar conhecimentos científicos sobre a temática que em muito facilitaria a o dia a dia das mães nos cuidados com seus filhos.

Cabe ressaltar, neste contexto, que mitos, crendices e superstições sobre gravidez são fortemente inseridos no imaginário popular e passam de geração para geração por meio de história oral[5]. Mesmo os cuidadores de crianças mais confiantes, as crendices ainda são recorridas para tomada de decisão e ação sobre determinado acontecimento. Esses motivos me direcionaram às seguintes questões: qual seria a melhor forma de utilizar a mídia sonora, em especial o podcast, para aproximar cuidadores de crianças, mães e pais da ciência? E como o conteúdo relacionado à maternidade e maternagem, com bases cientificas, pode ser abordado de forma a trazer esse público para dentro do universo científico da temática discutida.

Como consumidora assídua de conteúdo de áudio por meio dos podcasts, percebi como a mídia poderia ser interessante para trabalhar temas de alta complexidade até temas cotidianos. Eu conhecia previamente alguns conteúdos dedicados à comunicação e divulgação da ciência e surgiu a dúvida que norteia a pesquisa e que pretende responder como o podcast pode ser utilizado na comunicação da ciência como canal de divulgação científica de termos cotidianos relacionados com a maternidade e a maternagem?

Com a pesquisa norteada por tal questionamento pretende-se entender as formas mais eficientes e eficazes do uso podcast, na comunicação e divulgação da ciência de forma a auxiliar em assuntos diretamente relacionados com a maternidade/maternagem e, assim, propor um piloto de programa que atenda as demandas dos ouvintes que já consomem podcast sobre a temática científica ou que podem ser interessar pelo conteúdo.

Comunicação pública da ciência e divulgação científica: similaridades e diferenças

Inicialmente, conceituar a comunicação da ciência e a divulgação científica é importante não apenas para a compreensão dos termos, semelhanças e dessemelhanças, mas para pautarmos as ações e esboçar possiblidades de produto a ser desenvolvido junto ao Mestrado

[5] História oral é algum saber, conhecimento ou tradicionalidade que não está registrado em documentos físicos, mas que atravessam gerações por meio da oralidade de quem a prática.

em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia. Trata-se, portanto de, à luz da divulgação da ciência, propor e produzir o projeto piloto do programa de podcast *Não é bem assim!!*.

Acerca da base teórica, cabe ressaltar que ainda que vistas como sinônimos os conceitos de comunicação da ciência e divulgação científica diferenciam-se em alguns pontos, uma vez que para Bueno (2010) a divulgação científica seria uma categoria da comunicação da ciência. Para o autor a aproximação entre o pesquisador e o público, compreende um complexo sistema de comunicação da ciência, que contempla duas categorias a comunicação científica (CC) e a divulgação científica (DC), sendo que o que as distingue está relacionado com o perfil do público, o nível de discurso, a natureza dos canais ou ambientes utilizados na veiculação da informação e a intenção explícita de cada processo em particular (BUENO, 2010 *apud* MATEUS, GONÇALVES, 2012, p.2).

Os autores ressaltam que Mora (2003, p.8), por sua vez, afirma que o processo de DC "cria uma ponte entre o mundo da Ciência e outros mundos", com vistas a "tornar a Ciência e a Tecnologia acessível a um público não especializado" (KREINZ, 2009, p.27 apud MATEUS, GONÇALVES, 2012, p.2).

Segundo os autores, o fato da DC ter como cerne a comunicação de informações científicas para o grande público, "seja criando pontes, reformulando seu discurso, criando estratégias lúdicas, utilizando espaços não formais, faz com que seja necessário descobrir qual o tipo de saber científico que se pretende divulgar ou como divulgá-lo" (MATEUS, GONÇALVES, 2012, p.4). Exatamente neste ponto os conceitos dialogam com a pesquisa em desenvolvimento, ao pensar no uso de plataforma em mídia sonora que possa comunicar a ciência acerca das temáticas relacionadas com a maternidade.

Os autores afirmam, ainda, que no Brasil a função de divulgar a ciência é compartilhada por diversos profissionais, tais como jornalistas, educadores ou mesmo pesquisadores e que o surgimento da atividade data do século passado. De acordo com Moreira e Massarani (2002, p. 52), ao discutirem a função na DC na sociedade, as primeiras atividades de DC surgiram no país no início do Século XX no Rio de Janeiro, junto a pesquisadores que buscavam estruturar as pesquisas realizadas no país e desenvolver sua difusão. Posteriormente, o jornalismo também passou a desenvolver atividades diretamente relacionadas com a divulgação da ciência.

Já os estudos acerca da comunicação da pública (CP) são relativamente mais recentes, pois ainda sem consenso, o conceito ainda é pouco discutido entres os pesquisadores e profissionais da área da comunicação. Os argumentos geram algumas vertentes de

entendimento dos termos, que podem ser aplicados em diversos sentidos. Especificamente acerca da Comunicação Pública, não raro, a terminologia induz a pensar que se trata apenas da comunicação feita por órgãos do governo, quando, na verdade, autores defendem que se trata de um conceito que, apesar de ainda estar em consolidação pode ser aplicado a vários conhecimentos e atividades.

Na verdade, o conceito da CP começou a ganhar contornos mais específicos na segunda metade dos anos 1990, com Pierre Zémor 1995 para quem "as finalidades da Comunicação Pública não devem estar dissociadas das finalidades das instituições públicas" (*apud* BRANDÃO, 2006, p. 13). Foi a partir de Zémor, como norte conceitual, que diversos autores fizeram suas releituras e contribuíram com outras perspectivas (DUARTE, 2009; MANCINI, 2008; OLIVEIRA, 2004), cujos conceitos foram condensados por Koçouski (2013), ao afirmar que:

> A comunicação pública pode ser protagonizada por diversos atores: Estado, Terceiro Setor (associações, ONGs etc.), partidos políticos, empresas privadas, órgãos de imprensa privada ou pública, sociedade civil organizada etc. Ela é uma estratégia ou ação comunicativa que acontece quando o olhar é direcionado ao interesse público, a partir da responsabilidade que o agente tem (ou assume) de reconhecer e atender os direitos dos cidadãos à informação e participação em assuntos relevantes à condição humana ou vida em sociedade. Ela tem como objetivos promover a cidadania e mobilizar o debate de questões afetas à coletividade, buscando alcançar, em estágios mais avançados, negociações e consensos (KOÇOUSKI, 2013, pp. 52-53).

Cabe ressaltar que, apesar do termo surgir no Brasil em meados da década de 90 do século XX, para Brandão (2007) foi no governo Lula (2003-2011) que a comunicação pública ganha destaque como a informação para cidadania e passa a ter status de esfera governamental. A autora faz tal assertiva a partir de um trabalho de delimitar os conceitos de comunicação das ciências, da comunicação governamental (associada à divulgação com vistas a promover as informações e ações governamentais) e a comunicação política (associada ao marketing político, de convencimento e persuasão).

Acerca do assunto, Ribeiro e Mainieri (2010, p.2) afirmam que o intuito da comunicação pública "é transmitir informação de interesse público aos cidadãos, o que se constitui em passo inicial para estabelecer um diálogo e uma relação entre Estado e sociedade.". Para eles o primeiro objetivo da comunicação pública é exatamente ser informativo e, consequentemente, mostrar-se como possiblidade de construir um diálogo e participação recíproca.

Segundo Zémor (2009) o percussor do termo na Europa, a comunicação pública deve estabelecer ligação com quem recebe a informação. Para o autor,

> A comunicação pública deve, sobretudo, desenvolver o sentido relacional. É a relação com o outro, com o receptor da mensagem, que condiciona o bom encaminhamento do conteúdo. Ela é revestida de tolerância, de compreensão da estranheza [...] é revestida também de gentileza, essa característica considerada como fraqueza, mas que nos coloca no caminho da empatia, do elo social. (apud NEGRINI, 2017, p. 68).

Em publicação no país acerca da temática, Duarte (2009, p. 64) complementa o conceito se aproximando-o ainda mais do cidadão, uma vez que segundo ele a

> Comunicação pública, então, deve ser compreendida com sentido mais amplo do que dar informação. Deve incluir a possibilidade de o cidadão ter pleno conhecimento da informação que lhe diz respeito, inclusive aquela que não busca por não saber que existe, a possibilidade de expressar suas posições com a certeza de que será ouvido com interesse e a perspectiva de participar ativamente, de obter orientação, educação e diálogo.

Mesmo na breve conceituação apresentada, é perceptível a falta de consenso na definição teórica do conceito de comunicação pública, o que amplia as discussões em torno da temática, principalmente ao aproximar a CP da ciência. Entretanto, observamos que há convergência na ideia de dar um sentido relacional à informação inserindo o receptor da mensagem na participação ativa e no exercício da cidadania.

Neste sentido são Costa, Sousa e Mazocco (2010) que apontam caminhos para que a comunicação pública da ciência cumpra o seu propósito e tais caminhos estão relacionados com os modelos de comunicação pública da ciência. Segundo os autores, tais

> [...] modelos de comunicação pública da ciência são abordados sob duas esferas: os modelos de comunicação pública da ciência são abordados sob duas esferas: a que prevê uma comunicação de via única, tratando o público como mero receptor; e outra que assume uma comunicação de duas vias, em que o público ocupa uma posição ativa e de integração no processo; em outras palavras, um diálogo entre emissor e receptor (COSTA, SOUSA, MAZOCCO, 2010, p. 03).

Ainda que o termo da CP seja uma das bases conceituais da pesquisa propriamente dita, não é o objeto principal do artigo ora apresentado. Na verdade, a conceituação é feita apenas para sinalizar que, embora o modelo de comunicação pública da ciência mais frequentemente adotado no Brasil seja o unidirecional, será apropriando-se do conceito de comunicação pública, as duas vias que desenvolveremos o podcast ‘Não é bem assim!!!’.

A proposta busca confrontar autores como Fares, Navas e Marandino (2007) que buscam descrever essa relação entre ciência e sociedade, considerando os cientistas como aqueles que possuem o conhecimento, e o público, aqueles que são desprovidos de conhecimentos científicos e tecnológicos, sendo o foco nesse modelo a disseminação do conhecimento.

Considerando o protagonismo dos sujeitos nas discussões sobre como acontece o processo de compreensão e a percepção do público de assuntos relacionados à ciência, é que surge a proposta do produto 'Não é bem assim!!!', pela vertente que inclui o cidadão no processo e abdicando do tratamento unilateral que muitas vezes é realizado por quem comunica a ciência.

Tal proposta dialoga com as considerações de Cuevas (2008) ao discorrer sobre o modelo democrático que busca uma relação igualitária entre cientistas e sociedade, com ênfase no diálogo entre eles, como pré-requisito de uma resolução satisfatória nos acordos a serem celebrados. O mesmo modelo reconhece os diferentes tipos de conhecimento e procura concretizá-los por meio de um debate aberto e participativo. Se trata da construção conjunta do conhecimento, sendo tal caminho uma excelente oportunidade para ser usada em mídia sonora, em especial no podcast, principalmente em ações de comunicação da ciência.

O Podcast como plataforma de integração entre ciência e sociedade

Cabe acrescentar nessa reflexão o fato de que a era digital converge meios, gera plataformas, consolida e diversifica redes, inter-relaciona linguagens, facilita o trabalho em conjunto e em sincronicidade e, principalmente, aproxima as pessoas. Antenas, redações, transmissores agora cabem inclusive no bolso - nos mais diversos formatos de aparelhos celulares existentes no mercado capazes de acessar a internet e todos os dados, contatos e aparatos de busca ou divulgação de informações inerentes à convivência digital.

Assim, uma primeira etapa da pesquisa consistiu exatamente em pesquisar e diferenciar diferentes plataformas usadas para divulgação da ciência, em especial em mídia sonora como o podcast. Daí a necessidade de diferenciar os termos podcast e podcasting utilizados na pesquisa e durante o texto.

Segundo Vicente (2018) termo podcasting, a princípio é cunhado de forma generalista pelo jornalista Ben Hammersley em uma matéria intitulada "Audible Revolution", publicada no jornal The Guardian em 12 de fevereiro de 2004, como a prática de produção caseira de arquivos de áudio para posterior distribuição geral pela internet. Trata-se, basicamente de uma prática da assinatura de conteúdos de mídia por meio do RSS para consecutivo download denominada podcasting.

Inicialmente os produtos de áudios produzidos se baseavam em audiobooks, audiobloggins gravados por bloggers e concomitantemente ao surgimento de smartphones esses

arquivos sofreram mudanças drásticas e relacionadas um ao outro, tanto que Podcasting se trata da junção de IPod com broadcastins (transmissão). A popularização dos smartphones, acesso à internet e qualidade de velocidade proporcionou que o download mudasse para o streaming (VICENTE, 2018).

O levantamento bibliográfico preliminar mostra que o podcast é uma mídia ainda sem um efetivo consenso a respeito do que seja. A convergência conceitual reside na "concordância de que se trata de uma produção sonora em um ambiente de mídias digitais" (FALCÃO; TEMER, 2019, p.3). Ao abordar a temática, Luiz et al. (2010, p.1) afirmam que:

> Em linhas gerais, podcasts são programas de áudio, cuja principal característica é o formato de distribuição que os diferencia dos programas de rádio tradicionais e até de audioblogs e similares, o podcasting. Também há os chamados "videocasts", programas audiovisuais que utilizam a mesma forma de distribuição de dados dos podcasts, embora menos difundidos que os programas exclusivamente de áudio.

O surgimento do podcast estava inicialmente atrelado à blogs, utilizados na forma de diários ainda no início dos anos 2000. Richard Berry definiria o podcast, ainda em 2006, como "conteúdo de mídia enviado automaticamente a um assinante através da internet" (BERRY, 2006, p. 144). Essa definição nos sugere, por exemplo, que o podcast não estava necessariamente ligado ao áudio, como atualmente, já que qualquer conteúdo de mídia pode ser distribuído por RSS.

Falcão e Temer (2019) ressaltam que, assim como o rádio, o podcast transmite a mensagem por meio do som, mas as diferenças são marcantes desde a produção à distribuição. Os pesquisadores afirmam que "o podcast tanto pode ser produzido por uma única pessoa com um microfone em mãos, quanto por grandes corporações que o incluem em seu rol de produtos midiáticos [...] e sua distribuição não se restringe à localidade, mas torna-se global, conquanto haja inclusão digital" (FALCÃO; TEMER, 2019, p.4). Ainda segundos os autores, devem ser destacadas características da mídia como a flexibilidade de tempo, a liberdade na linguagem e a divisão por episódios.

Trata-se, portanto, de uma importante forma diferenciada de distribuição de conteúdo, que permite alcançar o público, em especial por dispositivos móveis e por assinaturas de feed RSS, o que amplia o alcance das informações disponibilizadas e que abordam as mais diferentes temáticas, entre elas a ciência, por meio da divulgação científica, como é o caso do podcast "Tem Ciência!". Não obstante, ressalta-se o cenário de contínua expansão de podcast atualmente, que tem possibilitado novas formas de (re)escuta e experiência do rádio, principalmente a partir da oferta de conteúdos segmentados e descentralizados dos grandes

conglomerados da mídia tradicional. Conforme Kischinevsky, Lopez e Benzecry (2020), tal movimento de escuta, inclusive, tem levado grupos de comunicação como Folha a produzirem podcasts jornalísticos.

Desta forma, o podcast emerge como uma experiência presente no cotidiano de diferentes gerações, em destaque para o público jovem/adulto que se (re)encontra nele a partir da experiência sonora, em decorrência da sua linguagem fortemente centrada na oralidade do cotidiano, do fácil acesso, da mobilidade, bem como da escuta não-linear. Segundo Kischinhevsky, Lopez e Benzecry (2020, p.09)

> O podcasting, que antes parecia um espaço privilegiado para uma comunicação de nicho ou para uma micromídia pessoal agora assume caráter cada vez mais massivo, parte da trilha sonora cotidiana, na esteira da expansão de um novo ecossistema midi-ático, que passa pela universalização da telefonia móvel, pelos novos hábitos de escuta, pelas novas possibilidades de financiamento e pela experimentação de formatos e linguagens em áudio, antes limitada no rádio AM/FM.

Nos podcasts atuais é possível o desenvolvimento de uma produção mais elaborada, com um trabalho de edição complexo, no qual podem ser incluídos ambientes, efeitos, vozes, trilha musical e material previamente gravado. Também por isso, o podcast está permitindo o resgate do gênero radiofônico ficcional e a produção de trabalhos jornalísticos e documentais mais sofisticados. Se por um lado o podcast perde na instantaneidade, na entrega da mensagem quando está sendo produzida, por outro lado o podcast tem certa liberdade de edição e composição dos elementos utilizados na sua elaboração.

Neste contexto é que seu deu a seleção da plataforma podcast para o desenvolvimento do produto de comunicação da ciência resultante da pesquisa ora apresentada e que pretende dialogar com os sujeitos interessados acerca da maternidade e maternagem à luz da ciência frente aos conhecimentos cotidianos das temáticas.

Descrevendo o produto *Não é bem assim!*

Em se tratando de um mestrado profissional, sempre que possível, busca-se propor soluções na forma de produtos ou processos para os questionamentos norteadores da pesquisa. Deste modo, o percurso metodológico da pesquisa é complementado pelo percurso metodológico do desenvolvimento ou prototipagem do produto ou processo e uma das etapas que antecede os resultados é exatamente o levantamento de similares, em que se busca localizar produtos próximos ou de interface com o que está sendo proposto.

Neste contexto, após breve levantamento de produções similares à proposta (divulgação da ciência em podcast) destacamos alguns podcasts brasileiros para mostrar as formas como as temáticas são abordadas e qual a dinâmica utilizada pelos apresentadores, bem como quem participa deles. A partir da análise dos produtos similares que foi definido esboço preliminar de roteiro do podcast 'Não é bem assim!!' como duração, dinâmica de entrevistas, artes visuais dos episódios, descrição, canais de distribuição de conteúdo, dentre outros.

Nahuhodo

Naruhodo! é um podcast apresentado por Ken Fujioka, que se denomina um leigo curioso, e o cientista PhD, Altay de Souza. Segundo informações no próprio produto trata-se de um "[...] podcast pra quem tem fome de aprender: ciência, senso comum, curiosidades e desafios". Os programas possuem momentos para diálogos com ouvintes, que determinam através de e-mail ou contato através das redes sociais o tema a ser debatido no episódio em questão. É perceptível que há um estudo aprofundado sobre a temática, os episódios não se concentram apenas em divagações apesar dos apresentadores compartilharem suas vivências, o que oferece fluidez e identificação dos ouvintes com os apresentadores. As entrevistas acontecem como uma mesa redonda com especialistas.

Alô, Ciência

O podcast se autodenomina como "um projeto voltado para a divulgação científica". Os episódios iniciam-se como se fossem uma ligação para a ciência. Eles trazem questionamentos práticos sobre a pauta discutida como, por exemplo, o episódio sobre ansiedade que propõe questionamentos como o que é ansiedade, como saber se estou ansioso e como tratar a ansiedade. Tal estratégica chama mais a atenção dos ouvintes pois se coloca na posição de responder tais questionamentos. O formato das entrevistas é mesa redonda e a gravação acontece remotamente. As artes da vitrine da página no Spotify são de criação própria, bem criativas e coloridas.

37 Graus Podcast

O 37 graus utilizada a linguagem narrativa para conduzir os episódios e as entrevistas acontecem pessoalmente, fora do estúdio de gravação. As produtoras se apresentam como "histórias que vão te fazer ouvir o mundo de outro jeito". O podcast é apresentado, produzido e editado pela jornalista Bia Guimarães e a bióloga Sarah Azoubel. O podcast fechou parceria com a Folha de São Paulo para produzir uma série documental em áudio com a temática Epidemia que rendeu duas temporadas mais um bônus. A produção conta os bastidores de epidemias no Brasil, do Zika Vírus ao novo coronavírus.

Dragões de Garagem

O Dragões de Garagem, por sua vez, se denomina "como um podcast de divulgação científica, do desejo de falar sobre ciência de forma acessível e descontraída, incentivando a curiosidade e o pensamento crítico". Eles acreditam que a popularização da ciência pode transformar as vidas e a sociedade. Assumem também o conhecimento rompe barreiras, derruba paradigmas e nos dá o poder de transformar a realidade ao nosso redor. Eles se denominam como "apaixonados por ciências e como elas nos fazem experimentar o mundo. Assim, procuramos falar de ciência de forma natural e divertida, incentivando o pensamento crítico e a curiosidade do público."

A missão apontada pelos criadores do podcast se insere na tarefa de "divulgar ciência de forma abrangente e interessante, mostrando a importância desse corpo de conhecimento em nosso dia a dia social e profissional" É apresentado por acadêmicos de diversas áreas como biológicas e humanas, principalmente.

Os episódios geralmente trazem um especialista sobre o assunto que será debatido, entretanto, a pluralidade das formações dos próprios apresentadores dá conta, na maioria das vezes, do apoio às questões abordados em volta do tema dos episódios. A gravação acontece remotamente, de diversos locais do Brasil e do mundo. Cada episódio tem a participação de um ou dois apresentadores, que conduzem a entrevista ou o debate, enquanto o restante do grupo participa contribuindo com as discussões.

Finalizado a primeira etapa da pesquisa e a partir do levantamento de similares, questões preliminares e revisão bibliográfica é que surgiu a proposta da criação do podcast "Não é bem assim" que pretende abordar a maternidade possível, diversificada e cotidiana às recomendações que a ciência faz. O objetivo é contar e conhecer a realidade de mães, pais e cuidadores nas suas diferentes formas de maternagem e como essas práticas poderiam se alinhar

ou se alinham a uma perspectiva saudável de uma maternidade pautada na ciência. A intenção é aproximar as práticas possíveis de maternar da comunidade em geral, de quem participa dos cuidados de bebês e crianças até a primeira infância, por meio de uma linguagem clara ao público.

A proposta é entrevistar pessoas que estão envolvidas na criação de crianças, em cada edição e um profissional ou especialista para esclarecer e contribuir com a temática discutida naquele episódio. Trata-se de uma narração de história de familiares que são cuidadores de crianças até a primeira infância, os 6 anos, as suas práticas acerca do tema do episódio, suas motivações, suas possibilidades, conhecimentos comuns herdados por história oral e até algumas crendices. Entrevistaremos também cientistas e profissionais para discutir essas práticas, bem como as melhores formas de obter os resultados que se esperam, sempre pautados em dados e estudos científicos. É importante que a narrativa tenha cuidado para não ser acusatória, certo *versus* errado ou inadequado *versus* adequado, mas sempre focando na melhor ação que proporcionará melhores resultados para as mães, os bebês ou as crianças.

Os episódios terão cerca de uma hora de duração, entre 40 minutos e até 60 para padronizarmos os episódios. E periodicidade de lançamento dos episódios será quinzenal. Em uma semana definiremos a pauta, faremos as entrevistas e produziríamos todos os conteúdos de artes para os diversos canais como redes sociais e o site próprio do podcast. Na semana seguinte seria edição dos áudios e distribuição e compartilhamento dos materiais produzidos.

O trabalho em desenvolvimento junto ao mestrado em Tecnologias, Comunicação e Educação que prevê, além do episódio piloto, a entrega de um relatório técnico científico que viabilize e sustente teórica e mercadologicamente a proposta, por meio de levantamento bibliográfico, estudo de similares, modelo de negócios e prototipagem.

Para dar início ao episódio piloto desenvolvemos um questionário a ser aplicado no público-alvo principal dos ouvintes do podcast proposto: homens, mulheres e cuidadores de recém-nascidos até crianças na primeira infância residentes no Brasil. O resultado da pesquisa servirá como guia para a elaboração do episódio piloto e os demais subsequentes. O questionário terá questões qualitativas e quantitativas e será desenvolvido de forma a abarcar os seguintes pontos:

Perfil - Faixa etária, gênero, região onde vive, escolaridade, renda familiar/perfil socioeconômico

Hábitos de consumo de podcast - Frequência de acesso, tempo de consumo, plataformas acessadas, assinatura de conteúdo, engajamento (visualização, curti, comenta, compartilha, comunidade), momento que consomem podcasts

Motivação - Avaliação de conteúdo que já consomem, fatores que motivam o consumo (conteúdo e técnico) e critérios de desistência no consumo do conteúdo.

Após mapeamento preliminar das necessidades do principal público-alvo a proposta é traçar estratégias em um plano de comunicação para o produto onde abordaremos tópicos como Objetivos e Metas, Estratégias de Comunicação, Planos de Ação e Controle e Mensuração. As ferramentas que utilizaremos são: análise de Mix de Marketing, análise das características envolvendo os 8 Ps de um novo produto a ser lançado no mercado. São eles: Produto, Preço, Praça, Promoção, Pessoas, Processos, Posicionamento e Performance. Segmentação: identificação dos públicos consumidores do conteúdo do podcast.

Serão, ainda, considerados os fatores chaves de sucesso (Credibilidade, Identidade, Motivação, Integração, Comprometimento e Promoção), Core Competences, Matriz Swot, Cronograma e Mensuração em Comunicação por meio de métricas de engajamento, interação, reação, acessos, compartilhamento, comentários.

Considerações finais

A proposta do podcast 'Não é bem assim!!' se faz necessária em um contexto social onde vivenciamos um momento de pandemia onde a ciência e colocada em questionamento. Trazer o cidadão mais próximo à comunidade científica e, consequentemente, à ciência é um dever de todos os que produzem a ciência e por quem entende a importância dessa aproximação para a sociedade em geral e utilizar de temáticas cotidianas facilita esse primeiro contato e dá suporte ao consumidor de conteúdo científico quanto a aplicabilidade de tais conhecimentos.

Sabemos que os primeiros anos de um bebê ou uma criança são cruciais no desenvolvimento pessoal do indivíduo e no capital humano disposto para a sociedade na qual ele está inserido. O podcast com foco em ciência e maternidade é inédito no Brasil, embora os já existentes tenham participação de profissionais e cientistas da área. O ineditismo do tratamento das temáticas pode ser colaborativo para que outras iniciativas de comunicação da ciência sejam lançadas e o estímulo à ciência esteja cada vez mais presente tanto em quem faz a ciência como em quem consome a ciência nos diversos meios comunicacionais.

.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, C. A. Maternagem: você sabe o que é? **Vya estelar**. 12 fev. 2019. Disponível em https://www.vyaestelar.com.br/post/11698/maternagem-voce-sabe-o-que-e . Acesso em 10 out. 2020.

BERRY, R. Will the iPod kill the radio star? Profiling podcasting as radio. **The international journal of research into new media technologies**. London: Sage Publications V. 12, n. 2, 2006.

BRANDÃO, E. Usos e significados do conceito comunicação pública. **Portcom**, Intercom. Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional do Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, Brasília. 2006 Disponível em http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf. Acesso em 20 mai 2020.

BRANDÃO, E. P. Conceito de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Comunicação pública: estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007.

BRASIL, E. N. de A. P. Pierre Zémor fala sobre comunicação pública na ENAP. **Revista Do Serviço Público**, 60(2), p. 197-200, 2014. Disponível em https://doi.org/10.21874/rsp.v60i2.22 Acesso em 01 out. 2020.

BUENO, W. da C. Comunicação Científica e Divulgação Científica: aproximações e rupturas conceituais. **Inf. Inf.**, Londrina, v. 15, n. esp., p. 1 - 12, 2010. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585> Acesso em 10 out. 2020.

COSTA, A. R. F.; SOUSA, C. M.; MAZOCCO, F. J. Modelos de Comunicação Pública da Ciência: Agenda para um Debate Teórico-Prático. Anais... XXXIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO. CAXIAS DO SUL, RS de 2 a 6 de setembro de 2010. Disponível em http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/R5-2735-1.pdf. Acesso em 01 out. 2020.

CUEVAS, A. Conocimiento científico, ciudadanía y democracia. **Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología y Sociedad**, vol. 10, no. 4, 2008, p. 67. *Gale Academic OneFile*, . Accessed 1 Oct. 2020.

DUARTE, J. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2009.

FALCÃO, B; TEMER, A. *O podcast como gênero jornalístico*. XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2019, Belém: UFPA. Disponível em http://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf. Acesso em 03 jul 2020.

FARES, D. C.; NAVAS, A. M.; MARANDINO, M. Qual a participação? Um enfoque CTS sobre os modelos de comunicação pública da ciência nos museus de ciência e tecnologia. In: REUNIÃO DA REDE DE POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA NA AMÉRICA LATINA E CARIBE, 10., 2007. San José, Costa Rica. Anais... São José, Costa Rica, 2007

KISCHINHEVSKY, Marcelo; LOPEZ, Debora Cristina; BENZECRY, Lena. Podcasting tensiona categorizações e ganha, enfim, destaque como objeto de estudos**. Radiofonias — Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Mariana-MG, v. 11, n. 01, p. 06 - 12, jan./abr. 2020. Disponível em: <https://periodicos.ufop.br:8082/pp/index.php/radiofonias/article/view/4333/3405> .Acesso em 05 jul 2020.

KOÇOUSKI, M. Comunicação pública: construindo um conceito. Em Matos, H. (org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 2013, p. 41-57.

MANCINI, P. **Manuale di comunicazione pubblica**. 5.ed. Bari: Editori Laterza, 2008.

MATEUS, W. D.; GONÇALVES, C. B. Discutindo a divulgação científica: o discurso e as possibilidades de divulgar ciência na internet. **Rev. ARETÉ**, v. 5, n. 9, p.29-43, Manaus, ago-dez | 2012.

MOREIRA, I. C.; MASSARANI, L. Aspectos históricos da Divulgação Científica no Brasil**.** In: MASSARANI, L.; MOREIRA, I. C.; BRITO, F. **Ciência e Público**. Caminhos da Divulgação Científica no Brasil. Rio de Janeiro, Casa da Ciência/UFRJ: Editora UFRJ, 2002. Pp. 43-64.

NEGRINI, Vanessa. Comunicação Pública e Efetividade da Justiça: Uma análise dos processos comunicacionais nos Juizados Especiais Cíveis do Distrito Federal. 2017. 211 p. Dissertação - Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

OLIVEIRA, M. (Org.) **Comunicação pública**. Campinas: Editora Alínea, 2004.

RIBEIRO, E. M. A. O.; MAINIERI, T. Comunicação pública como processo para o exercício da cidadania: o papel das mídias sociais na sociedade democrática. **Anais ... XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste**. Goiânia 27 a 29 de maio de 2010. Disponível em http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0335-1.pdf.09 Acesso em 06/09/2020

VICENTE, Eduardo. **Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio**. EMERGÊNCIAS PERIFÉRICAS EM PRÁTICAS MIDIÁTICAS, p. 88. São Paulo: ECA/USP, 2018