

Podcasts Narrativos de Ciência: Análise de Público e Níveis de Interesse¹

Mayra Deltreggia TRINCA²
Simone Pallone de FIGUEIREDO³
Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP

RESUMO

Os números de audiência de podcasts vem crescendo exponencialmente desde 2015, ano que a mídia atingiu 1 bilhão de downloads, e marcou o início do período que está conhecido como Era do Ouro (BONINI, 2015). O aumento de ouvintes catalisou uma ampliação e diversificação de produções e conseqüentemente, o aumento de estudos sobre a mídia, seus formatos e potenciais (KISCHINHEVSKY et al, 2017). Durante a pandemia de COVID-19, a mídia se popularizou ainda mais. No Brasil, uma pesquisa de público realizada em 2020 revelou que 57% dos entrevistados começaram a ouvir podcasts e 31% daqueles que já escutavam, aumentaram o consumo (B9, agosto 2021). Podcasts tem sido considerados uma derivação do rádio, apesar de não utilizarem o mesmo meio de disseminação sonoro, o formato de utilização da voz, dos sons ambientes e trilhas sonoras, além dos silêncios, compõe o que considerada a linguagem radiofônica, ponto de conexão entre as mídias (FERRARETTO, 2014). Martínez-Costa e Prata (2017) também consideram o foco na experiência da audiência um ponto em comum entre rádios e podcasts. Segundo as autoras, na busca pela manutenção da audiência os podcasts se apropriam dos moldes tradicionais do rádio, mas os aplicam a novas formas digitais, como o consumo personalizado e por demanda ao invés de uma emissão massiva. A disponibilização de programas em plataformas digitais torna os podcasts mais versáteis quando comparados às emissoras de rádio. O controle do ouvinte sobre o que, quando e onde ouvir permite que a escuta seja compartilhada com uma série de atividades rotineiras e manuais, e é acompanhante preferida de muitos por ser uma distração, provocando a impressão de que o tempo passa mais rápido durante a realização dessas atividades

1 Trabalho apresentado na DT 6 – Interfaces Comunicacionais do XXV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 26 a 28 de maio de 2022.

2 Mestranda do Curso de Divulgação Científica e Cultural do LABJOR-UNICAMP, email: m231591@unicamp.br

3 Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Divulgação Científica e Cultural do LABJOR-UNICAMP, email: spallone@unicamp.br

(PERKS; TURNER, 2018). Kischinhevsky (2018) destaca que, para além do entretenimento, os ouvintes buscam os podcasts como fontes de informação. McCung e Johnson (2010) perceberam o mesmo fenômeno, além de avaliar que os ouvintes preferem programas que oferecem conteúdos inéditos ou de nichos temáticos específicos. Para além da experiência individual, estudos têm mostrado que a socialização é componente importante para os ouvintes de podcasts, que com frequência compartilham episódios ou escutam programas recomendados (PERKS et al, 2019). O conjunto dessas características torna os podcasts ótimas ferramentas para a aprendizagem, não surpreende então o crescimento de podcasts como meios de divulgação científica em diversos países. Entretanto, esses podcasts tendem a oferecer com frequência os mesmos formatos, trazendo entrevistas com especialistas ou mesas redondas sobre um determinado tema (GUMS et al, 2019; MACKENZIE, 2019). Estudos que analisaram o público ouvinte de alguns desses podcasts constataram que a maioria da audiência é composta por pessoas que trabalham ou possuem algum nível de formação em áreas de Ciência e Tecnologia (BIRCH; WEITKAMP, 2010; MARTIN et al, 2020). A partir destes dados, este trabalho tem como objetivo investigar o público de podcasts narrativos de Ciência, com foco em dois programas nacionais: Oxigênio e 37 Graus. Podcasts narrativos são primeiramente associados aos programas de *true crime* que se tornaram virais com o lançamento de *Serial* em 2014, nos Estados Unidos. No Brasil, ficaram famosas as produções: Praia dos Ossos e O Caso Evandro. Entretanto, as narrativas podem ser ferramentas para contar histórias relacionadas ao mundo científico, como é o caso do estadunidense *RadioLab*, também estadunidense, precursor desse formato. A proposta é baseada em estudos que demonstram o potencial do uso de narrativas para o ensino e divulgação de Ciências. Dahlstrom (2014) considera técnicas de *storytelling* facilitadoras da aprendizagem já que o encadeamento lógico das histórias ajuda na compreensão e fixação de informações. A inserção de conteúdos científicos integrados ao desenvolvimento da narrativa também ajuda a reduzir o esforço cognitivo do ouvinte (MAIER et al, 2014). É importante ressaltar a própria curiosidade natural das pessoas pelas experiências e histórias de outras, sejam personagens reais ou fictícias, que está associada a sentimentos de pertencimento e identificação, fatores que podem contribuir para o desenvolvimento de interesse pelo tema da história (SANTOS; PEIXINHO, 2019). A identificação é parte importante da sensação de prazer ao se ouvir histórias e a experiência positiva associada a um assunto

tende a despertar o interesse como resposta (BURNS et al, 2003). A soma desses fatores estabelece um cenário promissor para o engajamento de públicos não-atentos, não interessados por Ciências. O presente trabalho também tem como objetivo avaliar essa possibilidade. A pesquisa é parte do projeto de Mestrado, vinculado ao programa de Divulgação Científica e Cultural do Labjor-IEL/UNICAMP que está sendo desenvolvido no período de 2022/2023. Serão aplicados questionários online aos ouvintes dos podcasts citados, investigando a formação acadêmica, área de atuação e níveis de interesse em Ciência. Esse último indicador será avaliado segundo proposta de Hidi e Renninger (2010), que estabelecem uma escala de níveis de interesse baseada em comportamentos de busca de informações e aquisição de conhecimento. O trabalho tem como foco apenas podcasts considerados narrativos pelo trabalho de Figueira (2020), que fez um levantamento e classificação de podcasts de Ciência no Brasil. Apesar da autora classificar ambos os podcasts como narrativos, eles possuem formatos distintos. O Oxigênio é produzido por colaboradores do Labjor/UNICAMP e se define como um podcast de jornalismo científico, com reportagens temáticas baseadas em entrevistas. O 37 Graus é um podcast de *storytelling*, que conta histórias do Brasil com toques de Ciência. É uma coprodução da jornalista Beatriz Guimarães com a bióloga Sarah Azoubel com apoio do Instituto Serrapilheira e do *Google Podcasts Creator Program*. Ainda que os formatos não sejam exatamente os mesmos, os dois se destacam de outros podcasts de divulgação e comunicação científica. A escolha dos programas também considera o tempo de existência desses podcasts, o Oxigênio está no ar desde 2015 e coleciona mais de 140 episódios. Já o 37 Graus teve seu episódio piloto lançado em 2018 e segue para a sexta temporada. Esse fator é relevante considerando que a maioria dos podcasts de Ciência, internacionais e nacionais, são produzidos como *hobbies* e por isso tendem a uma existência curta (GUMS et al, 2019; MACKENZIE, 2019). Podcasts não-narrativos não foram considerados nesta pesquisa porque já foram amostrados por Martin et al (2020), que avaliaram o público dos podcasts Scicast, Fronteiras da Ciência, Rock com Ciência e Dragões de Garagem, que utilizam formatos de entrevistas ou mesas-redondas. Ao final desta pesquisa, será possível responder se a escuta desses programas é capaz de aumentar e consolidar os níveis de interesse por Ciências. Se a resposta for sim, a hipótese se mostrará verdadeira, abrindo possibilidades de promoção de estratégias para o engajamento de públicos não-atentos, atingindo diferentes nichos de audiência. Esse

resultado pode colaborar com o desenvolvimento de iniciativas na áreas de divulgação e educação científica.

PALAVRAS-CHAVE: podcast; narrativa; divulgação científica.

REFERÊNCIAS

- 57% dos Brasileiros começaram a ouvir podcasts durante a pandemia, revela pesquisa da Globo. **B9**. Disponível em Acesso 18 ago. 2021.
- BIRCH, H.; WEITKAMP, E. Podologues: conversations created by science podcasts. **New Media & Society** v. 12, n. 6. p. 889-909, 2010.
- BONINI, T. La “segunda era” del podcasting: el podcasting como nuevo medio de comunicación de masas digital. **Quaderns del CAC** 41, v. 18, p. 23-33, 2015
- BURNS, T. W. et al. Science communication: a contemporary definition. **Public Understand. Sci.** v. 12, p. 183-202. 2003.
- DAHLSTROM, M. F. Using narratives and storytelling to communicate science with nonexpert audiences. **PNAS** v. 111, suppl. 4, p. 13614-13620, 2014.
- FERRARETTO, L. A. **Rádio: Teoria e Prática**. São Paulo, Ed. Summus, 2014
- FIGUEIRA, A. C. P. **Podcasts de Divulgação Científica: levantamento exploratório dos formatos de programas brasileiros**. 2020. Monografia (Especialização em Divulgação e Popularização da Ciência) - Fundação Oswaldo Cruz. 92f.
- GUMS, E. et al. Pesquisa exploratória de podcasts brasileiros voltados à Divulgação Científica. **Intercom** jun/2019. Porto Alegre.
- HIDI, S.; RENNINGER, K. A. The Four-Phase Model of Interest Development. **Educational Psychologist** v. 41, n. 2, p. 111-127. 2010.
- KISCHINHEVSKY, M. et al. A consolidação dos estudos de rádio de mídia sonora no século XXI – Chaves conceituais e objetos de pesquisa. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.** v. 40, n. 3, p. 91-108. 2017
- KISCHINHEVSKY, M. Rádio em episódios, via internet: aproximações entre o podcasting e o conceito de jornalismo narrativo. **Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación** v. 5, n. 10, p. 74-81, 2018.
- MAIER, M. et al. Informal Learning Through Science Media Usage. **Educational Psychologist** v. 49, n. 2, p. 86-103. 2014.
- MARTIN, G. F. S. et al. Podcasts e o interesse pelas ciências. **Investigações em Ensino de Ciências** v. 25, n. 1, p. 77-98. 2020.
- MARTÍNEZ-COSTA, M. P.; PRATA, N. La radio en busca de su audiencia: hacia una escucha diversificada y multiplataforma. **Intercom, Rev. Bras. Ciênc. Comun.** v. 40, n. 3, p. 109-128, 2017.
- MCCLUNG, S.; JOHNSON, K. Examining the Motives of Podcasts Users. **Journal of Radio & Audio Media** v. 17, n. 1, p. 82-95, 2010.
- PERKS, L. G.; TURNER, J. S. Podcasts and Productivity: A Qualitative Uses and Gratifications Study. **Mass Communication and Society** p. 1-21. 2018.
- PERKS, L. G. et al. Podcast Uses and Gratifications Scale Development. **Journal of Broadcasting & Electronic Media** v. 63, n. 4, p. 617-634. 2019.
- SANTOS, S; PEIXINHO, A. A redescoberta do storytelling: o sucesso dos podcasts não ficcionais como reflexo da viragem. **Estudos em Comunicação** v. 29, p. 147-158, 2019.