

DEVIRES DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA:

PODCASTING COMO NOVO VETOR DO CONHECIMENTO CIENTÍFICO NO BRASIL¹

Rafael Medeiros²

Resumo

O podcasting, tipo de rádio expandido sob demanda, tem aumentado o número de ouvintes, diversificado seus conteúdos e formas de veiculação. Esta pesquisa exploratória se volta para os podcasts que tratam especificamente de divulgação científica, considerando que essa é uma ferramenta poderosa para levar ao público leigo informações especializadas que podem impactar no seu cotidiano. O artigo faz um mapeamento nas plataformas de rádio social e agregadores de podcasting na busca por programas que tratam de divulgação científica, selecionando para análise descritiva os mais ouvidos segundo pesquisa da Associação Brasileira de Podcasters. Os resultados apontam que as temáticas diversificadas, o formato e a linguagem desse tipo de programa podem atingir um público que não teria acesso a esse tipo de conteúdo especializado por outros canais.

Palavras-chave: divulgação científica; podcasting; rádio expandido; cibercultura.

Introdução

O desenvolvimento tecnológico tem modificado a ecologia das mídias e alterado os modos de produção, acesso e circulação dos produtos midiáticos. Como meio centenário, o rádio vem buscando se adaptar a essas transformações ocupando os novos espaços onde seu ouvinte está e, desse modo, as emissoras se inserem nas redes sociais

1 Artigo apresentado ao Eixo Temático 08 – Educação na Cibercultura do XII Simpósio Nacional da ABCiber.

2 Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP). Graduado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e em Publicidade e Propaganda pela Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (PUC Minas). Membro do Grupo de Pesquisa Usos Sociais da Mídia (UFSM) e do Grupo de Pesquisa Convergência e Jornalismo (ConJor/UFOP). E-mail: rfmedeiros13@gmail.com

digitais, transmitem programas com imagens ao vivo do estúdio em plataformas virtuais e disponibilizam conteúdos para download ou consumo via streaming nos seus sites e aplicativos. A diversificação dos modelos de programação e de negócios, formatos e modos de interação indicam a midiamorfose do sistema de radiodifusão, ou radiomorfose (PRATA, 2008).

Quando vai para o ambiente digital, o rádio se apresenta como expandido (KISCHINHEVSKY, 2016) e hipermidiático (LOPEZ, 2010), apropriando-se de elementos de outras mídias, ampliando seu conteúdo para múltiplos formatos e plataformas. O consumo de rádio também se expandiu nesse contexto de cibercultura e convergência midiática, considerando que hoje é possível ter acesso a conteúdos radiofônicos através de uma infinidade de dispositivos. O surgimento de novas tecnologias permitiu também a facilitação do acesso a ferramentas que possibilitam que a produção de conteúdos não esteja mais restrita somente às emissoras tradicionais. É nesse cenário que surge o podcasting, um modelo radiofônico assíncrono e sob demanda com alta segmentação.

As especificidades dos conteúdos, as formas narrativas e as múltiplas possibilidades de acesso fizeram com que surgissem podcasts de temáticas variadas para um público bastante específico. Uma breve busca em agregadores de conteúdo permite verificar, por exemplo, podcasts que tratam de jogos digitais, política, futebol, cinema, culinária e educação. Este artigo adentra pelos podcasts de educação, mas se debruça especificamente sobre um grupo de que tem crescido em número de programas e ouvintes: os podcasts de divulgação científica.

O trabalho de cunho exploratório tem como **objetivo** mapear os principais podcasts brasileiros de divulgação científica evidenciando suas temáticas, áreas do conhecimento abrangidas, formas de distribuição e fontes de informação para demonstrar, ancorado em base teórica, que esses conteúdos são meios importantes de difusão de informação especializada traduzida em linguagem acessível para um público com acesso restrito a esse tipo de informação por outros canais. O percurso metodológico está explicitado adiante.

A divulgação do conhecimento científico está presente na radiodifusão brasileira desde a criação das primeiras emissoras, que tinham como objetivos difundir a educação e a cultura entre a população. A Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, que é considerada por muitos autores a primeira emissora do país³, nasceu em 1923 da iniciativa de cientistas e pesquisadores da Academia Brasileira de Ciências (ABC) e trazia em sua programação várias iniciativas de divulgação científica relacionadas ao ensino não formal da física, química, fisiologia do sono, medicina e silvicultura (MOREIRA; MASSARINI, 2002; RANGEL, 2010). Essas produções contavam com especialistas nos diversos assuntos e com conteúdo de relevância para a comunidade, traduzidos em linguagem popular. Como será possível verificar na análise, ainda há uma preocupação com a qualidade do conteúdo científico veiculado por meios de divulgação científica, incluindo o podcasting. A difusão da ciência em espaços não formais “deve sempre estar preocupada com a abrangência de sua linguagem, uma vez que ela está dirigida a um público geral” (BARROS H., 2002, p. 37).

Em 1936 Roquette-Pinto doou ao Ministério da Educação e Cultura a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro mediante promessa “de que seus ideais ao fundar a emissora seriam preservados pelo governo brasileiro. Iniciava-se, assim, o sistema de Rádios Educativos no Brasil”. (MOREIRA; DEL BIANCO, 1991, p. 17). A partir desse acontecimento o governo começou a criar programas de educação formal através do rádio, tendo como base a agora Rádio MEC. Com o desenvolvimento do rádio comercial no Brasil, na década de 1940, as emissoras educativas buscaram “manter as características pioneiras da radiodifusão educativa e expandir a transmissão de programas de educação não formal e outros tantos de ensino formal, muito sob a influência das ações do governo para essas iniciativas” (TEIXEIRA; MEDEIROS, 2019, p. 149-150). As rádios educativas foram importante foco de resistência a uma quase homogeneização das características de programação da radiodifusão brasileira influenciada pelas populares rádios comerciais nas décadas de 1940 e 1950. Ainda assim, a divulgação científica só

³ A não unanimidade se dá porque anos antes, em 1919 foi fundada no Recife a Rádio Clube de Pernambuco, que fez transmissões experimentais em 1922. Como explica Jung (2011), os registros históricos mostram que a experiência dos jovens recifenses estava mais próxima da radiotelegrafia.

voltou a ter lugar destacado no rádio com o surgimento das emissoras universitárias no fim da década de 1950.

A primeira rádio universitária no Brasil foi fundada na UFRGS em 1957 ancorada em um modelo de programação que privilegia a divulgação do conhecimento científico produzido na universidade. Como observam Teixeira e Medeiros (2019), as emissoras universitárias públicas têm condição privilegiada na divulgação de ciência, já que o desenvolvimento de pesquisas no Brasil está concentrado nas universidades, sobretudo as federais e estaduais⁴. Dessa forma, as rádios vinculadas a instituições de ensino têm “a possibilidade de explorar o conteúdo e decodificar de maneira mais correta e responsável a informação técnica que será transmitida ao ouvinte” (MEDEIROS, SANTOS, TEIXEIRA, 2018, p. 4). As rádios universitárias se expandiram por todo o Brasil seguindo as bases de programação das pioneiras e hoje somam trinta emissoras vinculadas a universidades federais⁵.

Por mais que a ciência enquanto notícia faça parte do jornalismo desde a invenção da imprensa e continue a ocupar espaços na mídia jornalística atualmente, as rádios universitárias seguem tendo posição central na divulgação do conhecimento científico no Brasil. Outras iniciativas de divulgação científica têm angariado espaços próprios ao passo que a tecnologia de mídia se desenvolve, hoje existem canais de divulgação científica em diferentes formatos e em variegadas plataformas online. O presente trabalho se debruça em um desses devires da divulgação científica: os podcasts.

Para a seleção dos conteúdos, a investigação aqui proposta parte da definição de Bueno, para quem a divulgação científica prevê a “utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo” (BUENO, 2009, p. 162). O autor ainda esclarece que há uma diferença entre divulgação científica e comunicação científica, sendo que a segunda está relacionada à troca de informações científicas entre

⁴ “Pesquisadores de universidades públicas publicaram cerca de 250 mil artigos em periódicos científicos de alcance internacional no período de 2011 a 2016” e, entre os 20 primeiros depositantes de pedidos de patentes, 18 são universidades públicas, sendo 16 federais, confirmando que “a produção científica e tecnológica do Brasil está massivamente concentrada nas universidades públicas (federais e estaduais)” (HOLANDA, 2019, s.p.).

⁵ Nenhum estudo verificado explora a totalidade de emissoras vinculadas a IES. Dessa forma, este trabalho referencia ao estudo de Teixeira e Medeiros (2019) que investigou a programação de emissoras vinculadas a universidades federais brasileiras.

especialistas. Interessa aqui, portanto os podcasts que divulgam o conhecimento científico para o público leigo, que têm por objetivo “democratizar o acesso ao conhecimento científico e estabelecer condições para a chamada alfabetização científica. Contribuindo, portanto, para incluir os cidadãos no debate sobre temas especializados e que podem impactar sua vida” (BUENO, 2010, p. 5). Os parágrafos seguintes exteriorizam as características do podcasting buscando verificar as especificidades que fizeram desse processo radiofônico um fenômeno midiático.

Podcasting: do amadorismo à “segunda era”

Podcast ou podcasting? Antes de explorar o fenômeno, é preciso diferenciar o uso dos dois termos ao longo deste trabalho. A abordagem aqui pretendida abarca a conceituação de Alex Primo (2005, p. 1), entendendo o podcasting como um “processo midiático que emerge a partir da publicação de arquivos de áudio na Internet”, mas que não se limita a isso, já que “as interações que ocorrem nos blogs dos podcasts também fazem parte do podcasting enquanto processo, enquanto fenômeno midiático (...), o podcasting é maior que o podcast, o programa per se” (PRIMO, 2005, p. 19). Assim, o podcasting representa uma forma de cibercultura midiática.

De acordo com Kischinhevsky (2018, p. 77), “o cenário que viabiliza o surgimento do podcasting, modalidade de radiofonia sob demanda, assíncrona, que vai além da oferta de conteúdos em websites de emissoras” pode ser verificado a partir do começo dos anos 2000, com a distribuição automática e sistematizada de arquivos de áudio por feeds como Atom e RSS⁶. Os episódios produzidos via podcasting podem ser baixados para diferentes dispositivos ou ouvidos online pelas plataformas de rádio social⁷. Para o pesquisador Tiziano Bonini (2017), o podcasting nasceu efetivamente em

⁶ “O RSS é uma maneira de um programa chamado agregador de conteúdo saber que um blog foi atualizado sem que a pessoa precise visitar o site” (LUIZ, 2014, p. 14). A atualização dos episódios de determinado podcast segue essa mesma lógica.

⁷ “Os serviços de rádio social têm múltiplas configurações, operando tanto como difusor on-line de conteúdos radiofônicos tradicionais (programas, boletins e comentários veiculados originalmente em ondas hertzianas) quanto como plataforma para experiências diversas, incluindo a construção de redes proprietárias que agregam ferramentas de comunicação interpessoal, pública e/ou privada, produção de áudio on-line, transmissões ao vivo via streaming e variadas formas de interação com conteúdos postados” (KISCHINHEVSKY; CAMPOS, 2015, p. 207).

2004 e contribuiu para dar voz a produtores que não tinham possibilidade de concorrer com materiais das empresas de comunicação.

Esse modelo radiofônico se popularizou rapidamente, mesmo com as características amadoras do começo. Os conteúdos de alta especialização atraíram um público muito específico, normalmente ouvintes entusiastas do assunto tratado no programa. A partir de 2012, o cenário do podcasting começa a viver um novo período, chamado por Bonini de “a segunda era”. O autor explica que esse período começou quando alguns famosos podcasts estadunidenses integrantes de cadeias de rádio público decidiram se tornar independentes e encontraram nas plataformas de financiamento coletivo um novo modelo de negócio para manter seus conteúdos no ar: o financiamento coletivo recorrente, “modalidade de *crowdfunding* onde a contribuição para o projeto apoiado é feita mensalmente” (MEDEIROS; PRATA, 2019, p. 3).

Com novos dispositivos de distribuição e audição de conteúdos sonoros surgindo “combinados com as redes sociais sonoras (Soundcloud, Mixcloud, Spreaker e Deezer) e novas plataformas de crowdfunding (Kickstarter, Indie Go Go), criou-se um mercado independente para o podcasting” (BONINI, 2015, p. 26, tradução nossa⁸). A lógica inicial de produção amadora foi substituída pela qualidade de produção, diversidade de assuntos, novas possibilidades de distribuição e pela difusão de plataformas de rádio social como SoundCloud, Deezer e Spotify, contribuindo, assim, para o desenvolvimento do podcasting a partir desse momento. Essa diversificação de produtores, especialização de conteúdos e das formas de distribuição via podcasting possibilitou o surgimento de programas que tratam dos mais variados assuntos, de culinária a política, de esportes a literatura, incluindo os podcasts específicos de divulgação científica.

Se na primeira era do podcasting o mercado brasileiro se desenvolveu lentamente se comparado com os mercados estadunidense e europeu, o fenômeno a partir da segunda era (principalmente nos últimos dois anos) aparece global por desdobramento do crescimento das plataformas de rádio social. De acordo com a principal plataforma desse tipo, o Spotify, entre abril de 2017 e abril de 2018 o aumento médio de ouvintes diários

⁸ No original: With this mix of new technologies for distribution (podcasting) and for listening (smartphones) combined with sound-based social networks (Soundcloud, Mixcloud, Spreaker and the Deezer-belonging Stitcher) and new crowdfunding platforms (Kickstarter, Indie Go Go), the foundations have been laid to create an independent market for podcasting.

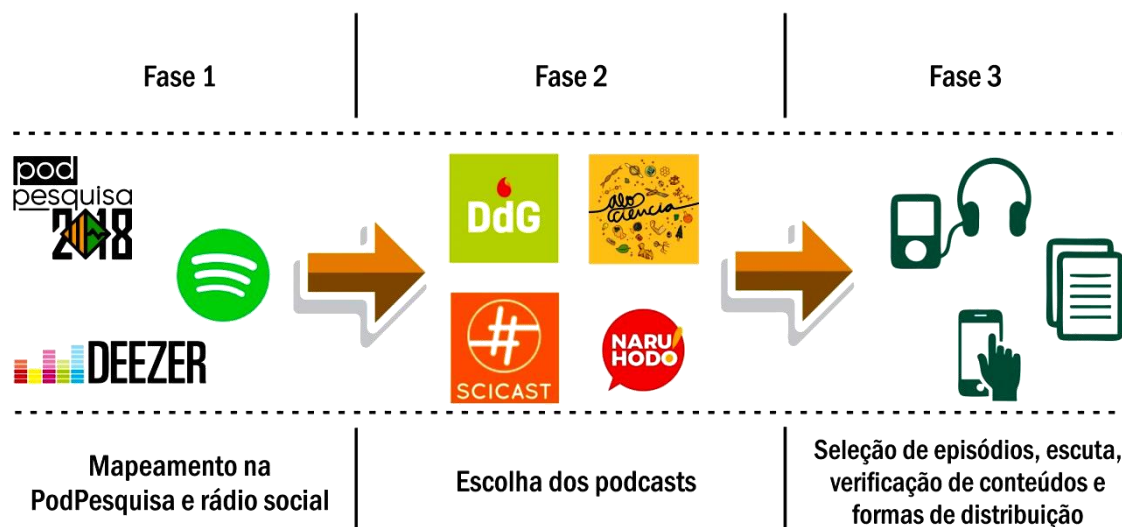
de Podcast foi de 330% no mundo todo. Segundo o Deezer, serviço semelhante ao Spotify, o número de brasileiros que consomem podcasts usando a plataforma cresceu 40% em 2018 (BARROS L., 2019). A popularização dos conteúdos e a diversificação dos temas e produtores fez com que os programas não fossem mais entendidos como algo para nichos muito específicos e alcançassem ouvintes com interesses distintos, incluindo conteúdo científico. Os próximos tópicos apresentam o percurso metodológico da pesquisa e a análise.

Percurso metodológico

Como pesquisa exploratória, o estudo tem “como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses” (SILVEIRA; CÓRDOVA, 2009, p. 35). Partindo dessa premissa, a investigação está dividida em três fases: na primeira, utilizando dados de pesquisa da Associação Brasileira de Podcasters (ABPod)⁹ de 2018, foram mapeados os podcasts de divulgação científica nas plataformas de rádio social Spotify e Deezer. A segunda fase se deu pela escolha dos objetos empíricos considerando a periodicidade, tempo de produção e número de ouvintes com base na pesquisa da ABPod de 2018. Com os podcasts selecionados, a terceira etapa constituiu na audição de três edições de cada um deles para evidenciar suas temáticas, áreas do conhecimento abrangidas, fontes de informação e modos de distribuição. A figura que se segue apresenta as etapas da metodologia utilizada neste estudo.

⁹ A PodPesquisa é quantitativa e busca compreender “o crescimento e penetração da mídia podcast no Brasil”. Em 2018, participaram 22.691 ouvintes de podcasting de todas as regiões brasileiras.

Figura 1 – Etapas da metodologia



Fonte: Elaborada pelo autor (2019).

Em mapeamento inicial na versão 2018 da PodPesquisa foram encontrados 21 podcasts relacionados à ciência de maneira geral ou a temáticas específicas dentro de alguma área do conhecimento. Desses, dois fazem comunicação científica e seis são internacionais, sendo excluídos da listagem inicial que interessa a esta investigação. Os demais são podcasts com conteúdo de divulgação científica. O mapeamento em plataformas de rádio social, aplicativos agregadores e nos sites dos programas mostrou que dois podcasts que constavam na lista inicial são vinculados a universidades e outros três deixaram de ser produzidos ou não têm periodicidade, por isso também foram excluídos. Dessa forma, a PodPesquisa indicou, entre os oito restantes, quais eram os mais ouvidos e esses foram selecionados para a análise empírica deste artigo: SciCast, Naruhodo, Dragões de Garagem e Alô Ciência. A terceira fase corresponde à empiria da pesquisa, englobando a escuta de episódios, análise descritiva dos conteúdos e verificação das formas de distribuição e alcance, em dados que serão expostos no tópico seguinte.

Os podcasts analisados

Alô, Ciência?

O podcast Alô, Ciência? foi criado em 2016 por quatro biólogos que se conheceram quando estudavam no Instituto de Biociências da USP. Com interesse comum em divulgação científica e ensino de ciências, os idealizadores do projeto viram no formato uma ferramenta para o desenvolvimento pessoal enquanto pesquisadores, mas tendo o entendimento da função social da divulgação científica. Embora a equipe hoje seja formada por seis biólogos e uma geóloga, o Alô, Ciência? trata de temas variados dentro do escopo da área científica. Os episódios escolhidos ao acaso para a escuta no âmbito da pesquisa tratam do vegetarianismo, do acesso à educação por pessoas negras e dos relógios biológicos.

Como explica Bueno (2010, p. 3), quem faz divulgação científica deve se preocupar em “manter a integridade dos termos técnicos e conceitos para evitar leituras equivocadas ou incompletas”, mas ao mesmo tempo precisa decodificar o discurso especializado para que a informação científica seja compreendida pelo público em geral. Como muitos episódios se acercam de temas alheios aos apresentadores do programa, a escolha de especialistas na área do assunto abordado é uma preocupação para manter a fidedignidade das informações científicas mesmo após essa “decodificação”. O quadro a seguir apresenta um panorama dos episódios ouvidos para a pesquisa evidenciando também as fontes especializadas¹⁰.

Quadro 1 – Síntese dos episódios do podcast Alô, Ciência? analisados

Ep.	Tema	Duração	Fonte
55	Acesso à educação por pessoas negras após a abolição da escravatura	1:42:22	Mestre em educação: história, política e sociedade
06	Vegetarianismo	1:28:35	Pós-graduanda em nutrição esportiva
28	Relógios biológicos e a organização da vida diária	1:29:45	Professora do Departamento de Fisiologia da USP.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2019).

¹⁰ Não é objetivo do trabalho fazer uma análise textual do conteúdo dos episódios, mas explorar as temáticas e algumas características dos podcasts de divulgação científica. Nem por isso o texto se furta de aprofundamento nas questões a que se propõe.

A duração dos episódios se justifica pela complexidade dos assuntos e pelo próprio formato do programa. Mesmo no episódio que trata sobre o vegetarianismo, que inicialmente poderia parecer menos complexo, o assunto é abordado em diversas vertentes, como as questões ecológicas envolvidas no consumo de carne, a distribuição de alimentos no mundo e questões nutricionais da dieta do vegetariano. De acordo com a PodPesquisa 2018, 65,2% dos ouvintes de podcasts que participantes do estudo disseram preferir episódios que tenham duração entre uma e duas horas.

O Alô, Ciência? está presente no Instagram, Facebook e Twitter e pode ser ouvido através de agregadores de podcast, Spotify, Deezer e no site próprio, que permite também o download dos episódios. Os programas são gravados em um estúdio emprestado pelo Instituto de Biociências da USP, ainda assim o podcast é independente e os custos de produção são pagos por 48 ouvintes através de duas plataformas de financiamento coletivo recorrente, somando cerca de mil reais por mês.

Dragões de Garagem

O Dragões de Garagem foi criado em 2012, no começo da segunda era do podcasting, por pesquisadores de diferentes áreas com uma concepção ativista da divulgação científica. Os produtores do podcast se apresentam 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”. Hoje a equipe é formada por 13 pesquisadores (alguns estudantes) de diferentes áreas e o Dragões de Garagem se transformou em um portal que traz podcast, histórias em quadrinhos e vídeos de divulgação científica além de dois podcasts que exploram assuntos ligados ao teatro e à literatura.

Um fato inerente ao universo podcasting é a parceria entre programas que na mídia convencional seriam considerados concorrentes. Dessa forma, “é muito comum que podcasters participem de programas de outras pessoas, conversando sobre assuntos variados e fazendo divulgação de seus próprios programas” (LUIZ, 2014, p. 18). Essa característica acontece justamente pela posição de resistência que o podcasting tem em relação à mídia hegemônica. Como indica o site do programa, o Dragões de Garagem tem parceria com outros três podcasts de divulgação científica, entre eles o Alô, Ciência?.

Entretanto, nos programas escutados não aparece claramente como se dão as formas de colaboração entre os podcasts, o que é interesse do autor esclarecer em entrevistas com os produtores para um possível desdobramento deste trabalho.

Através da busca pelos programas e da audição dos conteúdos, é possível evidenciar que as temáticas exploradas pelo Dragões de Garagem são mais diversificadas que as roteirizadas pelo parceiro Alô, Ciência?, o que se explica pela diferença na quantidade de pessoas envolvidas na produção, pela formação menos homogênea dos produtores do Dragões de Garagem, que também está no ar a mais tempo. Algo que permanece igual é uma das características básica da divulgação científica, a especialização do debate. O quadro seguinte mostra esses dados explorados na pesquisa:

Quadro 2 – Síntese dos episódios do podcast Dragões de Garagem analisados

Ep.	Tema	Duração	Fonte
155	Evolução biológica e domesticação de cães e gatos	1:51:41	Biólogo evolutivo
141	Repercussão do incêndio no Museu Nacional	1:57:31	Pesquisadores que tiveram projetos destruídos com o incêndio
160	Ciências econômicas no funcionamento da sociedade	1:30:02	Professor de economia do Ibmec/Clio

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2019).

O Dragões de Garagem é mantido pela venda de camisetas através de uma loja online e por 170 ouvintes que somam cerca de dois mil reais em doações através de plataformas de financiamento coletivo recorrente e. O acesso aos episódios pode ser feito pelo site próprio, por agregadores de podcast e pelo Spotify, única plataforma de rádio social onde o programa é disponibilizado. A duração, quase sempre perto de duas horas, atende ao que os ouvintes esperam de um podcast, como mostra a PodPesquisa 2018.

Naruhodo!

“Naruhodo!” é uma expressão japonesa usada para exprimir surpresa com uma nova descoberta. É isso que o Podcast Naruhodo! se propõe: “trazer respostas às dúvidas do cotidiano e do não tão cotidiano assim — ciência, sabedoria popular, curiosidades e

desafios” (NARUHODO!, 2016, s.p). Desse modo, entre os podcasts analisados, o Naruhodo! é o que tem formato mais afastado da divulgação científica tradicional, com conteúdos telegráficos, aproximados do cotidiano e buscando responder questões específicas que confrontam o senso comum com o conhecimento científico. O programa foi criado em 2016 dentro do site de conteúdo criativo Brainstorm9 por um cientista e um “leigo curioso”. Os programas analisados tratam de musicologia, sono e bebidas alcoólicas, como mostra o quadro seguinte:

Quadro 3 – Síntese dos episódios do podcast Naruhodo! analisados

Ep.	Tema	Duração	Fonte
31	Misturar bebidas alcoólicas piora a ressaca?	7:21	Não especificado
179	Por que ouvimos algumas músicas muitas vezes até cansar?	29:59	Musicoterapeuta
188	Contar carneirinhos faz a gente dormir mais rápido?	40:54	Psicóloga e Psicanalista integrante da Associação Brasileira do Sono.

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2019).

Seguindo a proposta do programa, as temáticas abrangidas pelo Naruhodo! são diversificadas, mas não desqualificam o podcast como de divulgação científica. Normalmente os temas são sugeridos por ouvintes e em cada episódio é respondida a uma pergunta específica que, apesar de parecer simples é discutida cientificamente pelos apresentadores do programa e por especialistas convidados.

Até definir um formato específico, o tempo de duração de cada episódio variava entre 5 e 15 minutos. É importante evidenciar que o tempo de duração não define a qualidade de um programa de divulgação científica ou seu aprofundamento na temática. Conforme indicam Medeiros, Santos e Teixeira (2018) a partir de mapeamento das iniciativas de divulgação científica nas rádios universitárias, muitos dos conteúdos veiculados por essas emissoras têm o formato de programete, com duração média de 3 minutos, mas com cuidado de apuração.

Produzido semanalmente e originalmente upado no Soundcloud, o Naruhodo! pode ser acessado também através de agregadores de podcasting e de outras redes de

rádio social, além de permitir o download através do site. O financiamento coletivo recorrente também foi a alternativa encontrada pelo Naruhodo! para manter seus conteúdos no ar.

SciCast

A história do SciCast é parecida com a dos podcasts já analisados aqui, tendo nascido da vontade de pesquisadores em divulgar ciência para o grande público, cientistas ou não, de forma clara e descomplicada sem abrir mão da profundidade, tanto na abordagem do tema quanto do debate” (SCICAST, 2019, s.p). O podcast foi criado com três integrantes fixos e atualmente cota com cinquenta colaboradores, além de convidados das diversas áreas do conhecimento. A preparação das pautas é dividida entre essa grande equipe e revisada pelos pares, “garantindo a acurácia das informações, integração colaborativa e debates precisos entre os participantes de cada gravação” (*id. ibid*).

Somando mais de 400 episódios, o Scicast dividiu seu conteúdo em três seções, além do programa originário: o SciKids, que responde perguntas de ouvintes crianças e, por isso tem linguagem simples e menos profundidade, o Derivadas, que é especificamente para interação com os ouvintes, com leitura de e-mails e comentários e o Notas históricas, com conteúdo específico de fatos históricos e datas comemorativas.

Quadro 4 – Síntese dos episódios do podcast SciCast analisados

Ep.	Tema	Duração	Fonte
7	Notas Históricas – De onde surgiram os hinos	25:17	Não especificado
57	Luz - iluminação	1:45:29	Físicos
187	Caatinga	1:23:32	Artigos científicos

Fonte: Elaborado pelo autor com dados da pesquisa (2019).

A partir da audição foi possível perceber que os formatos são adaptados a partir das especificidades das seções. A seção que iniciou o podcast segue sendo a de maior

duração e de mais profundidade conteudística, recebendo convidados ou contando com estudos da vultuosa equipe que produz cerca de 2 horas de conteúdo semanalmente.

O SciCast é mantido através da contribuição financeira de 305 ouvintes, somando R\$ 3.719,50 em arrecadação mensalmente. Os criadores fazem questão de esclarecer que, mesmo sobrevivendo dessas doações, “o SciCast nunca deixará de ser público, ou seja, jamais fecharemos o conteúdo exclusivamente para quem contribui”, em nome de uma “crença que a ciência é essencial para quem almeja a liberdade individual, assim como o crescimento da nossa sociedade em direção a felicidade plena” (SCICAST, 2019, s.p).

Referências Bibliográficas:

ABPOD. **PodPesquisa 2018**. Disponível em: <http://www.abpod.com.br/media/docs/PodPesquisa-2018.pdf>. Acesso em: 16 abr. 2019.

BARROS, Henrique Lins de. A cidade e a Ciência. *In*: MASSARINI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro; BRITO, Fatima. **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência, 2002.

BARROS, Luiza. A era de ouro dos podcasts: entenda o boom dos programas de áudio on-line. *In*: **O Globo**, 21 abr. 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 21 jul. 2019.

BONINI, Tiziano. The ‘Second Age’ of Podcasting: reframing Podcasting as a New Digital Mass Medium. *In*: **Quaderns del CAC**, n. 41, vol. XVIII, jul. 2015.

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. *In*: **Informação & Informação**, v. 15, n. 1 esp, p. 1-12, dez. 2010.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Rádio e mídias sociais: mediações e interações radiofônicas em plataformas digitais de comunicação**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2016.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. 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. 73-80, out. 2018.

LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermediático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. Covilhã, Portugal: LabCom, 2010.

LUIZ, Lucio. Breve história do podcast no Brasil e no mundo. *In*: LOPES, Leo. **Podcast: guia básico**. Nova Iguaçu: Marsupial, 2014.

MEDEIROS, Rafael; PRATA, Nair. **Mecenato via plataformas digitais: o financiamento recorrente como modelo de negócio para podcasting**. 2019. [no prelo].



XII Simpósio Nacional da ABCiber Devires da Cibercultura: políticas e práticas

UFRGS | Porto Alegre, RS | 23 a 25 de julho de 2019

MEDEIROS, Rafael; SANTOS, Gláucio; TEIXEIRA, Nísio. Divulgação científica nas rádios universitárias públicas: conhecimento além dos muros do campus. In: **Anais do XI ECOMIG** – Encontro dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação Social de Minas Gerais, Juiz de Fora, 18 out. 2018. Disponível em: <https://anaisecomig.files.wordpress.com/2019/03/1-rafael-medeiros.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2019.

MOREIRA, Ildeu de Castro; MASSARINI, Luisa. Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil. In: MASSARINI, Luisa; MOREIRA, Ildeu de Castro; BRITO, Fatima. **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência, 2002.

MOREIRA, Sônia Virgínia; DEL BIANCO, Nélia (orgs.). **Desafios do rádio no século XXI**. São Paulo: Intercom; Rio de Janeiro: UERJ, 2001.

PRATA, Nair. **Webradio: novos gêneros, novas formas de interação**. Florianópolis: Insular, 2009.

PRIMO, Alex. Para além da emissão sonora: as interações no podcasting. *Intexto*, Porto Alegre, n. 13, 2005.

TEIXEIRA, Nísio. MEDEIROS, Rafael. Bases históricas para a programação das rádios universitárias públicas. In: *Revista Brasileira de História da Mídia*, v. 8, n. 1, 2019. Disponível em: <https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.8120197280>. Acesso em: 20 jul. 2019.