

Eis a Questão: as potencialidades do podcast na divulgação científica

Laís Cerqueira Fernandes¹

Universidade Federal de Juiz de Fora

João Paulo Chiavegatto Campos Muniz²

Universidade Federal de Juiz de Fora

Lucas Mascarenhas de Miranda³

Universidade Estadual de Campinas

RESUMO: Diminuir a distância entre a ciência e a sociedade é um desafio constante. No contexto da universidade pública, entende-se que o esforço para promover um maior envolvimento entre esses dois âmbitos não reside em um único fronte: além de tornar públicas e acessíveis as informações sobre os avanços científicos e as mudanças que afetam diretamente a vida da população, é necessário evidenciar o próprio processo de produção desses conhecimentos científicos; o esforço está voltado não apenas para detalhar como o mesmo acontece, mas também para humanizar a figura dos próprios pesquisadores. Para isso, considera-se como premente uma maior sensibilização a respeito da importância da ciência e a desmistificação da figura do cientista, a fim de romper com a ideia de que trabalhar com pesquisa é algo utópico ou inalcançável. É legítimo que esforços nesse sentido sejam incentivados e elaborados dentro de universidades, uma vez que estas atuam como centros de formação e difusão de conhecimento. Tendo este entendimento em mente, este artigo apresenta o relato acerca da experiência com o projeto *Eis a Questão*, focando, especificamente, em nosso principal objeto: o *podcast* homônimo. Criado a partir de questionamentos semelhantes aos supracitados – da necessidade de tornar a ciência mais acessível e, especialmente, fornecer um conteúdo que ofereça a possibilidade de engajamento para jovens (tanto os que se preparam para ingressar no ensino superior, quanto os que já são universitários) –, o projeto *Eis a Questão*, realizado pela Coordenação de Divulgação Científica (inserida na Diretoria de Imagem Institucional da Universidade Federal de Juiz de Fora e financiado pela Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais), tem como objetivo potencializar a comunicação da ciência através de quatro tipos de mídias: vídeo, animação, *game* e *podcast*. O presente trabalho foca nesse último devido ao envolvimento dos autores nas etapas de roteirização, apuração, entrevistas, locução, edição e divulgação dos episódios (tanto os disponíveis, quanto os que se encontram em produção). O *podcast* é o escolhido como uma das mídias para disseminação de conteúdo devido à sua natureza única: filho híbrido do rádio e da *internet*, ele também se caracteriza como um campo profuso para análises como a proposta por este trabalho, sobre como estruturá-lo da forma mais efetiva e como utilizar os mecanismos disponíveis para a sua elaboração. Outro motivo da escolha do *podcast* é o fato do campo de estudo relativo a este objeto ainda ser pouco abordado na literatura acadêmica brasileira. Definido como o áudio disponibilizado através do processo de *podcasting*, que permite que seu público “assine” o conteúdo dos programas e receba atualizações automáticas dos novos episódios, à medida que são disponibilizados *on-line* e de forma completamente gratuita, o *podcast* é alcançável para todos que possuem acesso à *internet*, sem estar “preso” à uma grade de programação e sendo disponível para ser ouvido, pausado e acompanhado de acordo com a vontade pessoal de cada ouvinte. Estes fatores

1 laiscerqueiraf@gmail.com.

2 joao.chiavegatto@gmail.com.

3 lucasmiranda13@gmail.com.

caracterizam essa mídia como de fácil acessibilidade, escolhida mediante a vontade do consumidor – além de sua narração (especialmente, em casos brasileiros, como é apontado neste trabalho) investir em uma linguagem descomplicada, dedicada a promover uma proximidade junto aos ouvintes. O *podcast*, enfim, é um dos frutos de um novo tipo de mídia, baseada em consumidores mais engajados, empenhados não apenas em acompanhar os apresentadores e compartilhar seus programas, como também voltados para a produção de novos *podcasts*. Ao discutir as características e potencialidades desse tipo de mídia, especificamente em um âmbito de divulgação e acessibilidade da ciência, coloca-se diretamente em prática o conceito de divulgação científica proposta por Bueno (2009, p.162), que abarca a “utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas à inovação ao público leigo”. No presente trabalho, então, é narrada a experiência de definição de conteúdo e de público do *Eis a Questão*, compreendendo que, para uma comunicação eficaz, é de importância primordial o cuidado para lapidar uma interação bem-sucedida com seu público, que o motive não somente a consumir o conteúdo, como compreendê-lo de forma satisfatória e engajar-se com o mesmo; algo que é um forte componente do *podcast*.

Palavras-chave: *Podcast*. Divulgação científica. Cultura digital.