



**Comunicação Pública em *podcast*:
Um relato de experiência do Papo UnBês**

**Public Communication in podcast:
an experience report of Papo UnBês**

Renata de Oliveira Miranda Gomes¹

Nicolly Prado Luz²

Audrey Luiza Oliveira³

Resumo: O artigo realiza um relato de experiência do Papo UnBês, *podcast* criado por alunos da Universidade de Brasília (UnB), em 2019, para preencher uma lacuna no panorama midiático até então vigente na universidade. O Papo UnBês deixa uma marca permanente ao se tornar parte de um projeto de extensão em 2021, o UnBCast, e então prosseguir com a missão de comunicação democrática e inclusiva, por meio do retrato do ensino, pesquisa e extensão.

Palavras-chave: Divulgação científica; Podcast; Universidade; Comunicação pública

Abstract: The article presents an experience report of Papo UnBês, a podcast created by students of the University of Brasília (UnB), in 2019, to fill a gap in the media landscape that prevailed at the university. Papo UnBês leaves a permanent mark by becoming part of an extension project in 2021, UnBCast, and then proceeding with the mission of democratic and inclusive communication, through the portrayal of teaching, research and extension.

Keywords: Scientific communication; podcast; University; Public communication

¹ Recém-graduada em Ciência Política pela Universidade de Brasília (UnB). Mestranda em Comunicação também pela UnB. E-mail: renataomgomes.97@gmail.com

² Recém-graduada em Letras Português pela Universidade de Brasília (UnB). E-mail: nicollypradoluz@gmail.com

³ Estudante do Curso de Publicidade e Propaganda na Universidade de Brasília (UnB). E-mail: audrey_luizaa@hotmail.com



Introdução

A criação do *podcast* Papo UnBês ocorreu no ano de 2019, em meio a um contexto de ataques às universidades públicas, entre elas a Universidade de Brasília (UnB), acusada - de maneira irresponsável, vaga e injusta - pelo então ministro da Educação, Abraham Weintraub, de promover “balbúrdia” e apresentar resultados aquém do esperado (AGOSTINI, 2019), alegação que contrariava/contraria os principais *rankings* de avaliação internacionais nos quais a UnB mantinha/mantém altos índices de excelência acadêmica.

Nesse contexto de ataques às Universidades Públicas brasileiras, o MEC (Ministério da Educação) anunciou um corte de 30% do orçamento anual da UnB, o correspondente a 38 milhões de reais, dos quais 33 seriam usados em gastos discricionários, incluindo manutenção e bolsas-auxílio para estudantes (AGOSTINI, 2019). O anúncio do bloqueio abalou ainda mais a Universidade, que, como várias outras Instituições Federais de Ensino Superior, já vinham há anos operando no limite de seu orçamento.

Destarte, foi em meio a este cenário que se deu a idealização do projeto Papo UnBês, criado com o intuito de colaborar com a mudança da visão negativa que o então poder executivo federal, em alguma medida, propagava a respeito das Universidades Públicas, em particular, em relação à UnB. Ao produzir conteúdo com o objetivo de compartilhar conhecimento científico e demonstrar o que de fato representa a Universidade preconizada por Darcy Ribeiro e sua sua importância para a sociedade, elaborou-se um projeto em que fossem abordadas temáticas relacionadas aos três pilares do ensino superior: ensino, pesquisa e extensão – descritos no Artigo 207 da Constituição Federal (BRASIL, 1988) como eixos de caráter indissociável –, de maneira abrangente e inter-relacional.

No panorama de acesso à informação da Universidade, até então, não existia um *podcast*. A UnB não possui uma Rádio em sua estrutura de comunicação institucional. A divulgação de suas produções, então, se dá por um desses canais: Secretaria de Comunicação da UnB (que gerencia o *site* institucional, a Revista Darcy de Jornalismo Científico e Cultura e contas/perfis da Universidades em mídias sociais, como *Twitter* e *Instagram*); e pela UnBTV, que atua em Canal de TV à Cabo.



Notava-se, então, a falta de um canal que se configurasse como um meio de comunicação que, assim como preconizou Bertold Brecht (*apud* MEDITSCH, 2005, p. 32) em relação à mídia sonora "rádio" se colocasse em comunicação mais direta com o público a partir de uma participação mais ativa deste no processo de produção de conteúdo, isto é, que atuasse de maneira mais acessível, interativa e com gêneros e formatos pensados a partir da linguagem sonora/radiofônica. A lacuna percebida foi amplamente discutida, refletida e compreendida pelos(as) idealizadores(as) do Papo UnBês como uma ação acadêmica - protagonizada por estudantes - de caráter construtivo e contributivo ao âmbito das estratégias de comunicação institucional da UnB.

Decidiu-se, então, que uma maneira eficiente - dinâmica e atual - de realizar tal ação era que esse canal fosse criado a partir do protagonismo da comunidade discente. Assim, o Papo UnBês foi idealizado com o objetivo de ser um produto e meio de comunicação sonora da UnB para UnB, mas com potencial para alcançar um público externo à Universidade, formado, por exemplo, por estudantes do ensino médio que desejam ingressar na referida Instituição.

Nessa direção, uma evidência diretamente relacionada às escolhas previamente adotadas pela equipe do Papo UnBês para a concepção do *podcast* homônimo está relacionada ao crescimento exponencial do consumo desse tipo de conteúdo sonoro, em plataformas de *streaming* distintas, por pessoas de diferentes faixas etárias, classes sociais, identidades de gênero e níveis de formação educacional, sendo o público universitário ávido ouvinte de *podcasts*, como indicam pesquisas da Associação Brasileira de *Podcasters* (ABPOD, 2021) (ABPOD, 2019). Outra evidência sobre a pertinência da criação do *podcast* está justamente ligada à premissa do poder informativo, interativo e de aprofundamento dos meios sonoros, características historicamente vinculadas ao meio radiofônico e agora também ao fenômeno do *podcasting* (PODCASTS E A CRESCENTE..., 2021).

Assim, o presente artigo tem como objetivo abordar, refletir e registrar o papel e a experiência do *podcast* Papo UnBês como um produto em mídia sonora - experimental e inovador - voltado (e contributivo) à comunicação pública e institucional no contexto da Universidade de Brasília. Para tanto, metodologicamente, realiza-se um "relato de experiência" (DOMINGOS, 2016) sobre a trajetória do referido do *podcast*, desde sua ideia inicial, até a criação de um projeto de extensão derivado, além de suas ramificações e consequências.



Como sugere Domingos (2016, p. 14) "(...) por meio de relatos de experiência investigamos o que foi vivido, buscando luz para percebermos de forma mais ampla e nos orientarmos melhor no caminho (...)". Ademais, como método de aproximação e de abordagem temática, a finalidade do relato de experiência, como sugere o referido pesquisador, "não se esgota no registro narrativo, mas busca tornar visíveis e pensáveis as questões (...) que, por meio da narração, nos são reveladas" (DOMINGOS, 2016, p. 14).

No que se refere aos eixos de articulação teórica, o presente estudo coteja os conceitos de comunicação pública, *podcasting* e rádio/linguagem radiofônica com a reflexão sobre como o diálogo destes com a experiência empírica do Papo UnBês apresentam contribuições tanto para a divulgação científica e a própria democratização da comunicação quanto para se pensar analiticamente os processos de produção de conteúdo experimental em áudio.

1. Comunicação pública

O conceito de comunicação pública é largamente discutido no Brasil por pesquisadores como Elizabeth Brandão (2007), Jorge Duarte (2007) e Maria Helena Weber (2007). No entanto, um dos pioneiros do tema é o francês Pierre Zémor (1995). Zémor indica que a "comunicação pública é a comunicação formal que diz respeito à troca e à partilha de informações de utilidade pública, assim como à manutenção do liame social cuja responsabilidade é incumbência das instituições públicas" (ZÉMOR, 1995, p. 1).

Weber e Locatelli (2022) encaminham a comunicação pública como formada por diferentes níveis de comunicação, perpassando desde o Estado e a sociedade, até a imprensa e as mídias digitais.

Esses sistemas desencadeiam o debate público ao responderem ao agendamento de temas de interesse coletivo, tais como educação, saúde, emprego, violência, corrupção, entre outros. São temas mobilizadores dos poderes da república, da sociedade civil, da imprensa, das redes digitais e do mercado, que na medida de seus interesses participam e respondem ao debate público, inibindo-o ou fortalecendo-o com suas produções simbólicas (WEBER; LOCATELLI, 2022, p. 144).



Desta forma, pode-se afirmar que uma comunicação pública não é apenas uma comunicação feita por um agente público, mas também aquela que propõe o debate de interesse público, ouvindo e dialogando com os receptores das informações (DUARTE, 2007). Para Brandão (2007), para entender a complexidade da comunicação pública, é imprescindível observar a sociedade e sua organização política como referência fundamental.

3. Metodologia

O presente trabalho propõe um relato de experiência para entender como o *podcast* pode promover a comunicação pública e aproximar a sociedade ao trabalho do ambiente universitário. Para tal, observa-se a história e as atividades dos dois anos de existência do *podcast* Papo UnBês. Ademais, analisou-se as mensagens recebidas no *Instagram* do *podcast* ao longo de sua história. Os autores das mensagens são referenciados pelo termo Ouvinte 1, 2, 3 ou 4.

A produção científica brasileira de relatos de experiência de *podcasts* tem crescido nos últimos anos, nas mais diversas áreas. Um grande destaque se dá na produção para promoção da saúde, como o Projeto Biblioquês da Saúde, da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (SALORT *et al.*, 2021), o Projeto de Extensão Pró-Saúde, vinculado à Universidade de Santa Cruz do Sul (KAPPENBERG, 2021), e o Projeto de Extensão Educação Permanente em Enfermagem na Saúde Mental, da Universidade Federal de Ciências da Saúde de Porto Alegre (BRAGÉ *et al.*, 2020).

O Papo UnBês foi criado em 2019 por alunas dos cursos de Ciência Política e Letras da Universidade de Brasília. Posteriormente, outros alunos de outros cursos foram acrescentados às atividades do projeto, com o objetivo de manter a interdisciplinaridade e multiplicidade de vozes. O projeto surgiu a partir de uma chamada pública da Rádio Ralacoco, uma emissora comunitária vinculada ao projeto de extensão Comunicação Comunitária, da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília (PAULINO *et al.*, 2018).

A ideia inicial era criar um meio de aproximação entre a comunidade interna e externa da UnB, por meio da divulgação de informações burocráticas, científicas e culturais (OLIVEIRA *et al.*, 2021). O projeto cresceu ao longo dos anos e em maio de 2021 deu origem



a um Projeto de Extensão, o “UnBCast: Rede de *Podcasts* Universitários”. A terceira e última temporada do Papo UnBês contou com uma equipe de 10 alunos, entre produtores, editores, roteiristas e apresentadores, além do apoio dos professores orientadores Elton Bruno Pinheiro e Carina Flexor.

4. A experiência do papo Unbês

O *podcast* produziu três temporadas. A primeira tratou mais de questões burocráticas e práticas vinculadas à universidade, atuando como um *podcast* de serviços. A segunda buscou aproximar a comunidade externa e interna da universidade e fortalecer esta última por meio da divulgação científica e promoção da ciência. E a terceira explorou diferentes cursos de graduação da UnB, para auxiliar no entendimento das mais diversas áreas do conhecimento presentes na universidade. O Quadro 1 apresenta um resumo das principais informações das três temporadas.

Quadro 1 - Papo UnBês em números

| Temporada | Nº de Episódios | Período da publicação | Média de inicializações por episódio | Média de streaming por episódio | Média de ouvintes por episódio | Média de duração dos episódios (em minutos) |
|--------------|-----------------|-------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------|---|
| 1ª Temporada | 26 | 21/10/2019 a 12/10/2020 | 174,31 | 114,31 | 115,31 | 25,7 |
| 2ª Temporada | 13 | 26/10/2020 a 12/07/2021 | 29,92 | 17,92 | 17,92 | 20,3 |
| 3ª Temporada | 11 | 19/07/2021 a 4/10/2021 | 50,18 | 31,45 | 31,45 | 30,1 |

Fonte: elaborado pelos autores a partir de dados coletados no Spotify (2023).

Percebe-se que a primeira temporada fez mais sucesso. A média de ouvintes por episódio foi consideravelmente maior que as demais. Isso provavelmente ocorreu pela quantidade de episódios, pela frequência de publicação e pelo assunto. Pode-se entender que a



audiência teve um interesse maior em acompanhar informações sobre questões que afetam de maneira mais aprofundada sua experiência cotidiana na universidade. Os episódios mais ouvidos da temporada foram o quinto, “UnB Internacional”, no qual se explicava os trâmites administrativos para realizar um intercâmbio estudantil, e o nono, “Especial para Calouros #2 - Entenda o Matrícula Web”, que tirava dúvidas sobre o sistema de matrículas online. Isso demonstra uma possível lacuna de divulgação de informações da UnB, explicada de uma maneira prática e acessível, com a linguagem do aluno.

3.1 Primeira temporada: experiências iniciais e serviço

A primeira temporada, que começou em outubro de 2019 e foi até o mesmo mês em 2020, teve seu enfoque voltado para suprir demandas internas que não estavam sendo atendidas completamente, como mencionado anteriormente. Cobriu temas como divulgação de eventos; explicações sobre processos seletivos; trâmites burocráticos, como matrícula em disciplinas e uso dos sistemas internos; e possibilitou a criação de um manual de calouros, além de outras questões mais práticas relacionadas ao dia a dia na universidade.

O projeto se iniciou buscando deter três fatores principais: rigor científico; meio midiático acessível e convidativo e linguagem em adequação com o público-alvo. Assim o fez a partir de pesquisas e entrevistas; da escolha da plataforma e da extensão para as mídias sociais; e da elaboração de roteiros que promovessem uma aproximação comunicativa. Estes, inicialmente, não eram construídos com uma estrutura muito rígida, foi preferível um arranjo mais livre, marcado por discussões espontâneas e fala mais coloquial, justamente para atender ao terceiro critério.

Além disso, observou-se a falta de um meio comunicação que promovesse um senso de integração e pertencimento dentro da comunidade acadêmica e entre os outros campus da universidade. Por isso a primeira temporada foi pensada para ser também um núcleo para fomentar e fortalecer a construção identitária dentro da UnB. Visto isso, ela incluiu, ainda, temas mais subjetivos da vivência universitária, como arte, cultura, saudade (no contexto de pandemia) e saúde mental, com a série “UnB, coração de mãe”. Assim, o Papo Unbês começou a se desenvolver como um *podcast* voltado para comunicação de serviços, ambicionando se



tornar um canal de integração identitária e, futuramente, de divulgação científica multidisciplinar.

Vale ressaltar que, nesta etapa do desenvolvimento do *podcast*, não se tinha um modelo claro e definido de organização para a produção dos episódios. A produção era orientada por prazos. Aos domingos o episódio deveria estar pronto, e sexta-feira era a data máxima para a gravação, devido à possibilidade de uso do espaço e equipamento compartilhados. Logo, a equipe se reunia e ao longo da semana pensava no tema, pesquisava o assunto e definia o que seria realizado. Ao passar do tempo, e à medida em que a equipe encarregada ganhou experiência, percebeu-se que o desenvolvimento de um método era essencial.

3.2 Segunda temporada: Pesquisa e divulgação científica

A produção da segunda temporada do Papo UnBês teve início em setembro de 2020. O objetivo da temporada era promover a multidisciplinaridade e interseccionalidade por meio da pesquisa científica, além de promover discussões com pesquisadores sobre o que estava sendo produzido na Universidade de Brasília e estabelecer um polo de divulgação científica. Bueno (2015, p. 6) identifica a divulgação científica como o processo de veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações que têm como audiência o cidadão comum”.

Dessa maneira, buscava-se realizar a comunicação pública da ciência, aproximando os membros da comunidade externa da UnB com a interna por meio da divulgação científica, além de fortalecer esta última, que, mesmo composta pelo corpo discente e docente, também precisa ser fomentada com informação. Ademais, a formação interna, com a propagação acerca do que está sendo produzido na universidade, possibilita que o corpo acadêmico construa e consolide uma compreensão sobre a importância da universidade pública para que possam, a partir disso, tornarem-se também vetores de conscientização, contribuindo para uma maior integração universidade-sociedade.

A produção da série foi marcada por uma organização prévia que não havia sido estabelecida anteriormente. Em reunião de pauta inicial, foram planejados oito episódios, que seriam publicados quinzenalmente, além de um episódio bônus. As temáticas definidas para os episódios eram: o conceito de divulgação científica, ciência contra o coronavírus, ensino à



distância, mulheres na academia, acessibilidade, cerrado, a psicologia dos sonhos e a ciência da arte. O episódio bônus seria um recorte em áudio das respostas de todos os entrevistados da temporada à pergunta “Por que a pesquisa científica universitária importa?”.

A segunda temporada, no entanto, foi a primeira a ser desenvolvida inteiramente à distância. Por este motivo, a produção da temporada se limitou aos quatro primeiros temas. A produção consistia na pesquisa inicial sobre o tema, a localização de fontes – que se limitou a docentes, pesquisadores e discentes exclusivamente vinculados à UnB – contato inicial com as fontes e envio das perguntas, recebimento das respostas, escrita do roteiro e gravação por meio da plataforma Zencastr. Foi também a partir desta temporada que se estabeleceu um modelo de escrita de roteiro estruturado, justamente pela temática da temporada. Como se falava de ciência, não se achou condizente deixar o roteiro mais livre, e abrir margem para possíveis erros teóricos.

A segunda parte da temporada foi fruto de uma parceria com o Prof^o Dr^o Elton Bruno Pinheiro e os alunos da disciplina Roteiro, Produção e Realização em Áudio, do Departamento de Audiovisual e Publicidade da UnB, durante o segundo semestre de 2020. O trabalho final da disciplina foi um episódio para o *podcast* Estação Ciência. Ao todo, foram produzidos sete episódios, com as temáticas: “divulgação científica, alimentação vegana e vegetariana, economia digital no Brasil, a interseção entre cinema e ciência, a demora da chegada de novas tecnologias no Brasil, o efeito borboleta e a desmistificação de vacinas” (OLIVEIRA *et al.*, 2021). Foi também com essa atividade que se produziu pela primeira vez um *trailer* para a temporada.

A parceria com o Prof^o Dr^o Elton Bruno Pinheiro e o desejo dos membros do grupo, que estavam próximos à conclusão do curso, em manter o projeto levou à criação do Projeto de Extensão “UnBCast: rede de *podcasts* universitários”, em maio de 2021. Além de servir como ponto-focal de divulgação de *podcasts* produzidos por universidades de todo o Brasil, o UnBCast buscou unir membros da comunidade interna e externa da UnB no estudo e experimentação sobre mídias sonoras. Os principais objetivos do projeto são:

- a) orientar e apoiar academicamente a produção de *podcasts* universitários, especialmente aqueles voltados à divulgação científica e cultural e demais temas de interesse público;



- b) criar e gerir a #RedeUnBcast de *Podcasts* Universitários, para fomentar a conexão e o compartilhamento de conteúdos e de experiências entre *podcasters*;
- c) promover atividades de formação continuada / letramento sobre os diversos temas que envolvem a realização de *podcasts*, aperfeiçoando agentes multiplicadores(as) e incluindo a comunidade externa à Universidade;
- d) criar pontes entre *podcasters* universitários e *podcasters* externos ao ambiente acadêmico, abrindo oportunidades de parcerias e novos aprendizados;
- e) estimular a pesquisa no campo da mídia sonora, especialmente na área da produção e da análise de *podcasts*.⁴

O projeto de extensão produziu diversos *podcasts* ao longo de 2021, e permanece produzindo outros em 2022. A culminação dos trabalhos se deu no 1º Encontro Internacional de *Podcasts* Universitários, ocorrido entre os dias 27 de setembro e 1º de outubro, de maneira remota, no âmbito da Semana Universitária da UnB.

3.3 Terceira temporada: Maior aproximação com a sociedade

A terceira temporada do *podcast* tinha como principal objetivo retomar a ideia original e falar sobre a dimensão do ensino da UnB. Desta forma, foram produzidos 10 episódios e um *trailer* sobre alguns dos cursos de graduação. A proposta era desmistificar, introduzir e diferenciar cursos que não eram tão conhecidos pelo senso comum. A temporada foi produzida entre maio e agosto de 2021, durante a pandemia da Covid-19.

Primeiramente foi produzido um episódio piloto com os cursos de Gestão Ambiental, Ciências Ambientais e Engenharia Ambiental. Cada um desses cursos faz parte de um departamento diferente na organização interna da UnB, mas possuem um nome parecido. A produção dos episódios era estabelecida então a partir de sete fases. A primeira era composta pela pesquisa inicial dos cursos e a busca por fontes, além da elaboração de perguntas – a pré-produção. Em seguida, foram enviadas as perguntas às fontes e recolhidas as respostas. A partir das respostas, uma pessoa ficou responsável por escrever o roteiro do episódio. Em seguida, realizava-se a gravação e edição. Por fim, o episódio era revisado e publicado.

⁴ Quem somos. Disponível em: <https://www.unbcast.com/quem-somos>.



A temporada foi marcada por um constante contato entre a produção do *podcast* e a comunidade acadêmica, por diversos motivos. O Instagram do *podcast*, o @papounbes, se tornou um centro de informações sobre a universidade à medida em que pessoas tiravam dúvidas sobre procedimentos diversos. Dentre alguns exemplos estão:

Bom dia Unb! Gostaria de perguntar algumas coisinhas. Com quantos trancamentos de semestre você é retirado da UnB? Ficar sem se matricular nesse semestre por exemplo leva à condição ou desligamento? (OUVINTE 1, 2020)

Bom dia. Sabe quando sai o calendário do semestre próximo? Ou se já saiu. (OUVINTE 2, 2020)

Vcs poderiam fazer bum tutorial ensinando como faz a rematricula ? Muita gente da perdido . No matriculaweb agt sabe q era só confirmar a lista de espera . E esse sigaa não sabemos. Por favor ajude-nos (OUVINTE 3, 2021). Como faço para ser monitora ? (OUVINTE 4, 2021).

Além disso, ao longo da produção de todo o *podcast*, era frequente receber comentários com ideias de episódios. Isso demonstra que a comunidade não apenas recebia informações de qualidade, mas também pedia por mais. Muitos pedidos foram possíveis de serem atendidos, mas aqueles tópicos que não puderam virar episódios do *podcast*, tornavam-se postagens no *feed* do Instagram ou nos *Stories*. Esse é um dos pontos positivos de se usar múltiplas mídias digitais junto ao *podcast*. Como o rádio e o *podcast* em si são mídias sonoras, sentiu-se falta do elemento visual para complementar ideias e informações.

Como a terceira temporada demandou uma quantidade maior de fontes – buscou-se sempre um professor (coordenador de curso, diretor de departamento) e um aluno que estivesse concluindo a graduação – foi necessário a ajuda da comunidade para conseguir o acesso às pessoas. Em especial, alunos de graduação de cursos que não estavam contemplados dentre os membros do projeto de extensão. Dessa forma, usava-se o Instagram como meio de alcançar fontes, com o uso em especial da ferramenta de caixa de perguntas.

De maneira geral, pôde-se usar a mídia social para construir uma base de seguidores muito engajada. Sempre que se lançava um episódio, promovia-se a interação com estes, o que se traduzia em audiências mais estáveis e um produto de comunicação pública universitária duradouro. Isso refletiu-se também no próprio conteúdo publicado no Instagram do *podcast*. As postagens que traziam informações práticas, ou eram resultado de dúvidas, tinham maior



alcance. Um exemplo é a postagem “Como efetuar matrícula no novo Sigaa UnB”, que explicava o uso de uma nova ferramenta de matrícula em disciplinas *online*, e alcançou 3.085 pessoas.

Considerações finais

O artigo realizou um relato de experiência sobre a trajetória do *podcast* Papo UnBês como um serviço de comunicação pública criado e mantido por alunos da UnB. A mídia sonora ajudou a preencher uma lacuna informativa que se tinha no ambiente midiático até então ao se estabelecer como um meio de promoção de informações de interesse público, com uma linguagem acessível ao alunado e responsivo às demandas sociais.

Ao final, percebeu-se que a iniciativa rendeu frutos, especialmente na figura do projeto de extensão UnBCast, criado em 2021. O Papo UnBês, ao longo de seus três anos de existência, contribuiu para o panorama da comunicação pública de qualidade que já era desenvolvida pela universidade, e permanece sendo alimentada com o surgimento de diversas outras iniciativas de aproximação entre a comunidade externa e o meio universitário.

REFERÊNCIAS

ABPOD. **PodPesquisa 2019**. 2019. Disponível em: <https://abpod.org/podpesquisa-2019/>. Acesso em: 12 jul. 2022.

ABPOD. **PodPesquisa 2020-2021**. 2021. Disponível em: https://abpod.org/wp-content/uploads/2021/10/Podpesquisa-Produtor-2020-2021_Abpod-Resultado-ATUALIZADO.pdf. Acesso em: 12 jul. 2022.

AGOSTINI, Renata. MEC cortará verba de universidade por 'balbúrdia' e já enquadra UnB, UFF e UFBA. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 30 abr. 2019. Disponível em: <https://educacao.estadao.com.br/noticias/geral,mec-cortara-verba-de-universidade-por-balburdia-e-ja-mira-unb-uff-e-ufba,70002809579>. Acesso em: 26 jun. 2022.

BRAGÉ, Émilley Giacomelli *et al.* Desenvolvimento de um *podcast* sobre saúde mental na pandemia de COVID-19: Um relato de experiência. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 3, n. 4, 2020. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BJHR/article/view/15931/13060>. Acesso em: 30 mai. 2022.

BRANDÃO, Elizabeth Pazito. Conceito de comunicação pública. *In*: DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação pública**: Estado, mercado, sociedade e interesse público. São Paulo: Atlas, 2007.



Disponível em: <https://fasam.edu.br/wp-content/uploads/2020/07/Historia-da-Comunica%C3%A7%C3%A3o-P%C3%ABlica.pdf>. Acesso em: 20 jan. 2022.

BRASIL. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidente da República, 1988.

BUENO, Wilson da Costa. A Divulgação da Produção Científica no Brasil: A Visibilidade da Pesquisa nos Portais das Universidades Brasileiras. **Ação Midiática: Estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura**, Curitiba, n. 7, p. 1-15, 2014. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/36340>. Acesso em: 1 jun. 2022.

DOMINGOS, J. C. Relatos de experiência, em busca de um saber pedagógico. **Revista Brasileira de Pesquisa (Auto)biográfica**, v. 1, n. 1, p. 14-30, 2016.

DUARTE, Jorge. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (org.) **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. São Paulo: Atlas, 2007. Disponível em: http://www.fo.usp.br/wp-content/uploads/GT1_Instrumentos_de_comunicacao_publica_Jorge_Duarte.pdf. Acesso em: 20 jan. 2022.

PODCASTS E A CRESCENTE presença entre os brasileiros. **Globo Gente**, 17 jul. 2021. Disponível em: <https://gente.globo.com/pesquisa-infografico-podcasts-e-a-crescente-presenca-entre-os-brasileiros/>. Acesso em: 20 jan. 2022.

KAPPENBERG, Yasmin Nicoli *et al.* Papo Pró-Saúde: Relato de experiência do Projeto Pró-Saúde com podcasts. In: MOSTRA DE EXTENSÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA UNISC, 2., 2021, Santa Cruz do Sul. **Anais [...]**. Santa Cruz do Sul: Unisc, 2021. Disponível em: <https://online.unisc.br/acadnet/anais/index.php/mostraextensaounisc/article/view/21679>. Acesso em: 30 maio 2022.

OLIVEIRA, Audrey Luiza *et al.* Estação Ciência - Podcast Papo UnBês. In: ENCONTRO NACIONAL DE PODCASTS UNIVERSITÁRIOS, 1., 2021., Brasília. **Anais [...]**. Brasília: UnB, 2021. Disponível em: <https://conferencias.unb.br/index.php/unbcast/IUnBcast/paper/viewFile/35835/2785>. Acesso em: 30 maio 2022.

PAULINO, Fernando Oliveira *et al.* Communitarian communications: social change and evaluation methodologies. In: MOREIRA, Sonia Virgínia; OTA, Daniela Cristiane (org.). **Communication, Media and Culture Studies: Brazil - US Studies**. São Paulo: Intercom, 2018. p. 163-168.

SALORT, Shirlei Galarça *et al.* Podcasts como prática de disseminação de informações na área da Saúde: um relato de experiência de bibliotecários da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. In: SEMINÁRIO NACIONAL DE BIBLIOTECAS UNIVERSITÁRIAS, 21., 2021, Porto Alegre. **Anais [...]**. Porto Alegre: UFRGS, 2021. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/237113/001139314.pdf?sequence=1>. Acesso em: 30 mai. 2022.

WEBER, Maria Helena. Na comunicação pública, a captura do voto. **Logos: Comunicação e universidade**, [s. l.], v. 14, n. 2, 2007. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/12464>. Acesso em: 18 mar. 2022.



WEBER, Maria Helena; LOCATELLI, Carlos. Realidade e limites da pesquisa empírica em comunicação pública. **MATRIZES**, v. 16, n. 1. p. 141-157, 2022. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrices/article/view/183849>. Acesso em: 27 maio 2022.

ZÉMOR, Pierre. La Communication Publique. PUF, Col. **Que sais-je?** Paris, 1995. Disponível em: <https://comunicacaopublicaufes.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2022