

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIAS, COMUNICAÇÃO E
EDUCAÇÃO - PPGCE

ROSÂNGELA GOMES DANIEL

A MÃE NO MEIO: PROPOSTA DE *PODCAST* DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE
MATERNIDADE E MATERNAGEM

UBERLÂNDIA

2022

ROSÂNGELA GOMES DANIEL

**A MÃE NO MEIO: PROPOSTA DE *PODCAST* DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE
MATERNIDADE E MATERNAGEM**

Relatório de produto apresentado ao Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação.

Linha de pesquisa: Tecnologias e Interfaces da Comunicação

Orientadora: Profa. Dra. Adriana Cristina Omena Santos

UBERLÂNDIA

2022

Ficha Catalográfica Online do Sistema de Bibliotecas da UFU
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

| | |
|--------------|---|
| D184 2022 | <p>Daniel, Rosângela Gomes, 1991- A mãe no meio: [recurso eletrônico] : proposta de podcast de divulgação científica sobre maternidade e maternagem / Rosângela Gomes Daniel. - 2022.</p> <p>Orientadora: Adriana Cristina Omena dos Santos . Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Uberlândia, Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação. Modo de acesso: Internet. Disponível em: http://doi.org/10.14393/ufu.di.2022.273 Inclui bibliografia.</p> <p>1. Educação. I. , Adriana Cristina Omena dos Santos, 1970-, (Orient.). II. Universidade Federal de Uberlândia. Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação. III. Título.</p> <p style="text-align: right;">CDU: 37</p> |
|--------------|---|

Bibliotecários responsáveis pela estrutura de acordo com o AACR2:
Gizele Cristine Nunes do Couto - CRB6/2091
Nelson Marcos Ferreira - CRB6/3074



UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA

Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação

Av. João Naves de Ávila, 2121, Bloco 1G, Sala 156 - Bairro Santa Mônica, Uberlândia-MG, CEP 38400-902
 Telefone: +55 (34)3291-6395 / (34)3291-6396 - ppgce@faced.ufu.br - www.ppgce.faced.ufu.br



ATA DE DEFESA - PÓS-GRADUAÇÃO

| | | | | | |
|------------------------------------|--|-----------------|-------|-----------------------|-------|
| Programa de Pós-Graduação em: | Tecnologias, Comunicação e Educação | | | | |
| Defesa de: | Dissertação de Mestrado Profissional, 06/2022/146, PPGCE | | | | |
| Data: | Trinta e um de maio de dois mil e vinte e dois | Hora de início: | 09h15 | Hora de encerramento: | 10h45 |
| Matrícula do Discente: | 12012TCE010 | | | | |
| Nome do Discente: | Rosângela Gomes Daniel | | | | |
| Título do Trabalho: | A mãe no meio: proposta de <i>podcast</i> de divulgação científica sobre maternidade e maternagem | | | | |
| Área de concentração: | Tecnologias, Comunicação e Educação | | | | |
| Linha de pesquisa: | Tecnologias e Interfaces da Comunicação | | | | |
| Projeto de Pesquisa de vinculação: | Papel da comunicação pública na cultura científica dos países: estudo comparado entre as instituições parceiras e países membros do Instituto Nacional de Ciência e Tecnologias em Comunicação Pública da Ciência e Tecnologia - INCT- CPCT (Brasil) | | | | |

Reuniu-se por web conferência pelo link: <https://conferenciaweb.rnp.br/events/banca-de-defesa-de-dissertacao-ppgcerosangela-gomes-daniel>, pela Universidade Federal de Uberlândia, a Banca Examinadora, designada pelo Colegiado do Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação, assim composta: Professores Doutores: Mirna Tonus - UFU; Nair Prata Moreira Martins - UFOP; Adriana Cristina Omena dos Santos - UFU, orientador(a) do(a) candidato(a).

Iniciando os trabalhos o(a) presidente da mesa, Dr(a). Adriana Cristina Omena dos Santos, apresentou a Comissão Examinadora e o candidato(a), agradeceu a presença do público, e concedeu ao Discente a palavra para a exposição do seu trabalho. A duração da apresentação do Discente e o tempo de arguição e resposta foram conforme as normas do Programa.

A seguir o senhor(a) presidente concedeu a palavra, pela ordem sucessivamente, aos(às) examinadores(as), que passaram a arguir o(a) candidato(a). Ultimada a arguição, que se desenvolveu dentro dos termos regimentais, a Banca, em sessão secreta, atribuiu o resultado final, considerando o(a) candidato(a):

Aprovada.

Esta defesa faz parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestre.

O competente diploma será expedido após cumprimento dos demais requisitos, conforme as normas do Programa, a legislação pertinente e a regulamentação interna da UFU.

Nada mais havendo a tratar foram encerrados os trabalhos. Foi lavrada a presente ata que após lida e achada conforme foi assinada pela Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Adriana Cristina Omena dos Santos, Professor(a) do Magistério Superior**, em 31/05/2022, às 10:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Mirna Tonus, Professor(a) do Magistério Superior**, em 31/05/2022, às 10:46, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Nair Prata Moreira Martins, Usuário Externo**, em 31/05/2022, às 10:50, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://www.sei.ufu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3642032** e o código CRC **970CAE0E**.

ROSÂNGELA GOMES DANIEL

A MÃE NO MEIO: PROPOSTA DE *PODCAST* DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE
MATERNIDADE E MATERNAGEM

Relatório de produto apresentado ao Programa de Pós-graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Tecnologias, Comunicação e Educação.

Uberlândia, 31 de maio de 2022.

Profa. Dra. Adriana Cristina Omena dos Santos
Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

Profa. Dra. Nair Prata Moreira Martins
Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP)

Profa. Dra. Mirna Tonus
Universidade Federal de Uberlândia (UFU)

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho à minha mãe Tereza, que trabalhou arduamente para que eu pudesse ir à escola; à minha irmã Rayane, que sempre foi minha companheira de estudos e melhor amiga; ao meu pai Ricardo, que deu leveza aos meus dias mais pesados e ao meu filho John, minha razão para nunca desistir.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, à minha orientadora Adriana Omena, que me auxiliou em tudo o que necessitei e, apesar das minhas limitações, sempre se mostrou humana e não desistiu de mim. Sem ela, nada disso seria possível.

Agradeço ao professor Vinícius Dorne, que me acolheu e me ofereceu todo auxílio que precisei para o desenvolvimento prático do trabalho.

Agradeço à minha amiga Renata, que contribuiu diretamente nas minhas ideias para a formatação do projeto; aos amigos que fiz durante o mestrado; aos professores e técnicos da FACED, que sempre se mantiveram dispostos a me ajudar no que fosse preciso e aos demais professores do curso de Jornalismo da UFU, que contribuíram, indiretamente, para que eu chegasse até aqui.

Agradeço os entrevistados e especialistas que disponibilizaram seus tempos e, com muita boa vontade, participaram e sugeriram algo para a melhoria deste trabalho.

EPÍGRAFE

“Se alguma mulher sente que precisa de algo além de si mesma para legitimar e validar sua existência, ela já está abrindo mão de seu poder de autodefinição, de seu arbítrio.”

Bell Hooks

DANIEL, Rosângela Gomes. **A mãe no meio:** proposta de *podcast* de divulgação científica sobre maternidade e maternagem. 89f. Dissertação (Mestrado em Tecnologias, Comunicação e Educação) – Universidade Federal de Uberlândia. Uberlândia, 2022.

RESUMO

A maternidade vem sendo construída ao longo dos anos sob vários discursos que ultrapassam a vivências femininas. Aspectos sociais, políticos, econômicos e científicos influenciam na maternagem de mulheres e ditam como elas devem agir para serem consideradas boas mães. Percebendo a necessidade de haver uma abertura para que o diálogo ocorra entre mulheres-mães e ciência, propomos neste trabalho entender como a divulgação científica pode contribuir para as práticas e cuidados relacionados à maternagem considerando as vivências e especificidades individuais dessas mulheres. Dessa forma, buscamos entender: como a mídia *podcast* poderia se apresentar como uma possibilidade de ferramenta para divulgação científica de temáticas relacionadas a maternidade e maternagem? Desenvolvemos o *podcast* “A mãe no meio” como resultado dessa indagação, um episódio piloto no formato documentário, que utiliza de técnicas narrativas para apresentar as histórias de mulheres-mães que vivenciaram a amamentação e as práticas e dados científicos que os especialistas apresentam durante o episódio. Este trabalho fornece ideias para que divulgadores científicos compreendam a amplitude de formatos que a mídia *podcast* oferece para comunicação da ciência.

Palavras-chave: *Podcasts*; Ciência; Divulgação Científica; Maternidade; Maternagem.

ABSTRACT

Motherhood has been built over the years under various discourses that go beyond female experiences. Social, political, economic, and scientific aspects influence the mothering of women and dictate how they should act to be considered good mothers. Realizing the need for an opening for dialogue to occur between women-mothers and science, we propose in this work to understand how scientific dissemination can contribute to practices and care related to motherhood, considering the experiences and individual specificities of these women. In this way, we seek to understand: how could the podcast media present itself as a tool for scientific dissemination of themes related to motherhood and motherhood? We developed the podcast “A Mãe no Meio” because of this inquiry, a pilot episode in a documentary format, which uses narrative techniques to present the stories of women-mothers who have experienced breastfeeding and the practices and scientific data that experts present during the process. This work provides ideas for science communicators to understand the breadth of formats that podcast media offers for science communication.

Keywords: Podcasts; Science; Scientific divulgation; Communication; Motherhood; Mothering.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | |
|--|----|
| Figura 1: Design Thinking do podcast “A mãe no meio” | 43 |
| Figura 2 - Modelo de Negócios Canvas do podcast "A mãe no meio" | 46 |
| Figura 3 - - Identidade visual do podcast ‘A mãe no meio’ | 49 |
| Figura 4 - Logo do podcast ‘A mãe no meio’ | 49 |
| Figura 5 - Thumbnail do episódio piloto do podcast ‘A mãe no meio’ | 50 |
| Figura 6 - QRcode do episódio piloto | 63 |
| Figura 7- Gravação da Entrevista Amanda Episódio Piloto..... | 65 |
| Figura 8 - Gravação da entrevista Carol Episódio Piloto | 65 |
| Figura 9 - Gravação da Entrevista Débora Episódio Piloto | 66 |
| Figura 10 - Gravação da Entrevista Débora Episódio Piloto | 66 |

SUMÁRIO

| | | |
|----------|--|-----------|
| 1 | APRESENTAÇÃO..... | 3 |
| 1.1 | MEMORIAL..... | 3 |
| 1.2 | INTRODUÇÃO..... | 5 |
| 1.3 | MÃE, MATERNIDADE E MATERNAGEM: PRIMEIRAS REFLEXÕES..... | 7 |
| 2 | DA MATERNIDADE À MATERNAGEM..... | 13 |
| 2.1 | A CIÊNCIA NA MATERNIDADE: A IMPORTÂNCIA DO TEMA..... | 13 |
| 2.2 | A MULHER-MÃE, A MATERNIDADE IDEAL E A MATERNIDADE POSSÍVEL.. | 16 |
| 3 | COMUNICAÇÃO DA CIÊNCIA E <i>PODCAST</i>..... | 20 |
| 3.1 | LETRAMENTO CIENTÍFICO: CONHECENDO O PÚBLICO PARA COMUNICAR..... | 24 |
| 3.2 | O FENÔMENO DO <i>PODCAST</i> | 26 |
| 3.4 | O <i>PODCAST</i> COMO PLATAFORMA DE INTERAÇÃO ENTRE CIÊNCIA E SOCIEDADE..... | 31 |
| 3.3.1 | <i>Levantamento de similares: divulgação de ciência em podcast.....</i> | <i>32</i> |
| 4 | PERCURSO METODOLÓGICO PARA O PRODUTO E CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES..... | 35 |
| 4.1 | SWOT DO <i>PODCAST</i> ‘A MÃE NO MEIO’..... | 35 |
| 4.1.1 | <i>Cruzamentos das Fraquezas e Ameaças.....</i> | <i>40</i> |
| 4.1.2 | <i>Cruzamento de Oportunidades e Forças.....</i> | <i>41</i> |
| 4.2 | DESIGN THINKING E CANVAS DO <i>PODCAST</i> “A MÃE NO MEIO”..... | 41 |
| 4.2.1 | <i>Discussões sobre os resultados do Design Thinking do podcast “A mãe no meio”.....</i> | <i>43</i> |
| 4.3 | MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS DO <i>PODCAST</i> ‘A MÃE NO MEIO’..... | 45 |
| 4.3.1 | <i>Discussões e construção do Modelo de Negócio Canvas do podcast ‘A mãe no meio’.....</i> | <i>46</i> |
| 5 | MEMORIAL DESCRITIVO DO PRODUTO..... | 48 |
| 5.1 | NOME..... | 48 |
| 5.2 | IDENTIDADE VISUAL..... | 48 |
| 5.3 | IDENTIDADE SONORA..... | 50 |
| 5.4 | FORMATO..... | 51 |
| 6 | EPISÓDIO PILOTO..... | 51 |
| 6.1 | PRIMEIRO PASSO..... | 51 |
| 6.2 | SEGUNDO PASSO..... | 54 |
| 6.3 | TERCEIRO PASSO..... | 56 |
| 6.4 | QUARTO PASSO..... | 56 |
| 6.5 | ROTEIRO..... | 57 |
| 6.6 | LINHA EDITORIAL DO <i>PODCAST</i> | 63 |
| 6.7 | HOSPEDAGEM..... | 63 |
| 6.8 | CUSTOS..... | 64 |
| 7 | RELATÓRIO DE DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO..... | 65 |

| | | |
|-----|--|-----------|
| 7.1 | PLANO DE DIVULGAÇÃO DO <i>PODCAST</i> A MÃE NO MEIO..... | 68 |
| | REFERÊNCIAS | 71 |

1 APRESENTAÇÃO

1.1 MEMORIAL

O tema deste projeto, bem como a criação do produto desenvolvido como desdobramento da pesquisa, surgem de algumas inquietações que cercam os seguintes assuntos: a comunicação, a ciência e a maternidade na sociedade. A fim de entender o funcionamento da comunicação através das mídias digitais e seus diversos formatos, optei por dar foco às mídias sonoras, destacando o *podcast*. Antes de apresentar os conceitos da pesquisa propriamente dita, cabe relatar minha trajetória e meu envolvimento com a temática aqui proposta.

Ao ingressar no curso de Jornalismo, em 2016, descobri diversas possibilidades de atuação que envolvem a comunicação. Muito além de uma formação técnica e profissional, fui apresentada ao tripé que rege as atividades desenvolvidas pelas universidades públicas brasileiras, a saber: ensino, pesquisa e extensão. Estar numa universidade pública foi algo novo para mim e diferente no meu círculo social, pois muitos amigos não tiveram a oportunidade sequer de sonhar com o ensino superior. Assim, já na universidade, participando de projetos e ampliando a minha visão acerca de tudo ao meu redor, tomei decisões sobre qual caminho eu gostaria de trilhar durante a minha passagem pela academia. Desse modo, pensando na importância de reconhecer o papel da pesquisa, do ensino e da extensão, decidi que uma forma de retribuir todo o conhecimento que adquiri, durante os anos que estive na universidade, transgredindo as paredes que separam aqueles que não tiveram a mesma oportunidade dos que gozam do privilégio de estar numa universidade federal, seria desenvolver um projeto de pesquisa que contribuísse no cotidiano das pessoas, intervindo nas dinâmicas sociais e levantando debates que dialogassem com a sociedade de forma ampliada.

Foi durante as aulas de Radiojornalismo, em 2018, que se iniciou o meu interesse por mídias sonoras, mais especificamente pela produção de *podcast*. Até aquele momento, eu era apenas uma consumidora de *podcast* e, desde então, aumentei a frequência no consumo de conteúdos nacionais e internacionais, explorando temáticas variadas. Para expandir meus conhecimentos na produção de podcasts, venho participando de cursos livres e *workshops*, para entender melhor sobre a criação de conteúdo e desenvolvimento de *podcast*.

No mesmo ano, participando de atividades extracurriculares, como o evento “I Comunica Ciência - Encontro Mineiro de Pesquisadores e Jornalistas”, deparei-me com o universo da divulgação científica, comunicação da ciência e do jornalismo científico. Foi ali que percebi alguns dos dilemas entre a sociedade civil e as universidades públicas. Fui, pois,

instigada a pensar sobre embates filosóficos, sobre a ciência, a refletir sobre o distanciamento da sociedade e a ciência produzida nas universidades e centros de pesquisas, no Brasil, e a pensar nas discussões acerca do papel do jornalismo e da comunicação nessa dinâmica relacional. Dessa forma, senti-me estimulada a encontrar formas de contribuir para essa aproximação entre sociedade e universidade e pensei que o *podcast* poderia ser uma ferramenta que auxiliaria neste processo.

Foi então que, durante o meu segundo curso de graduação, descobri que estava gestando meu primeiro filho, algo inesperado por mim naquele momento. Ali, eu tinha 26 anos, sem qualquer experiência substancial de cuidados com um bebê. Sem ter planejado a chegada da maternidade na minha vida, vi-me numa situação desesperadora, várias dúvidas e questionamentos me atravessavam: eu seria uma boa mãe? Eu conseguiria aguentar a dor de um parto? Saberria cuidar de um bebê? Conseguiria amamentar? Fui em busca de conhecimento em várias fontes e encontrei diferentes formas e práticas que eu poderia ou não adotar durante a minha gestação, bem como encontrei os cuidados e recomendações que eu poderia utilizar nos cuidados infantis após o nascimento do meu filho. Como mãe de primeira viagem, eu buscava consumir muitos livros e artigos acadêmicos sobre cuidados com bebês e desenvolvimento infantil, participei de cursos presenciais e online para gestantes, assim como dava atenção os conselhos de pessoas mais experientes e de outras mães que tiveram ou estavam tendo a mesma vivência que eu, além de buscar documentários sobre a temática. Ou seja, consumia diversos tipos de conteúdo para aprender mais sobre o assunto. Foi assim que percebi haver divergências entre o que as minhas fontes de pesquisa apresentavam, como, por exemplo, as recomendações dos pediatras que eu acompanhava, e o que eu havia ouvido falar, durante toda a minha vida, sobre os cuidados que um bebê deve receber.

Toda essa busca por conhecimento e a constatação das divergências de informações contribuíram para reflexões pessoais acerca da gestação, maternidade e maternagem e como esses saberes, vindo de fontes diversas, por vezes, são dicotômicos, equivocados ou contraditórios. Considerando a falta de conhecimento sobre onde nascem, crescem e se desenvolvem a ciência e o cientista, no Brasil, e frente a uma onda de crescimento do negacionismo, circulação de *fake news* e obscurantismo, os quais tomam forma e invadem o país e o mundo, resolvi estudar mais sobre os caminhos que a ciência percorre para se encontrar com a sociedade. Os desafios que a universidade enfrenta para dialogar com a sociedade, mesmo com esforços direcionados e apurados, no pilar da extensão, tornam-se mais árduos. Nesse sentido, as primeiras preocupações que fundaram a ideia para a pesquisa/desenvolvimento do produto vieram dos seguintes questionamentos: como fomentar

cientificamente o diálogo com a sociedade acerca da maternidade e maternagem? E, como colocar a sociedade civil no centro do fazer científico? Dessa forma, intensifiquei a minha participação em eventos e cursos voltados à comunicação da ciência e divulgação científica, com a intenção de entender, de forma ampla, as possíveis falhas de comunicação entre a sociedade e a ciência produzida, na maioria, pelas universidades públicas. A intenção era também entender os possíveis caminhos para sanar estas falhas e como esse processo poderia impactar a forma de vivenciar a maternidade/maternagem das mulheres brasileiras.

Pensando o *podcast* como ferramenta para criar essa ponte entre o fazer/saber científico e a sociedade em geral, me indaguei sobre qual seria a melhor forma de utilizar o podcast visando preencher essas lacunas entre a comunicação da ciência e as pessoas, estreitando, desse modo, os laços entre o cientista, o pesquisador, a universidade e a sociedade.

Como consumidora de *podcasts* nacionais e (inter)nacionais, percebi que a mídia poderia ser interessante para desenvolver temáticas complexas, pois é muito utilizada para a divulgação de temas científicos por alguns produtores de conteúdo da internet, bem como de temáticas de assuntos cotidianos e de entretenimento, como os temas relacionados com as histórias e vivências dos participantes. Assim, surge o problema que norteia a pesquisa, o qual se pretende responder: como o *podcast* pode ser utilizado na comunicação da ciência, criando um espaço de diálogo com a sociedade como canal de divulgação científica, em termos cotidianos, relacionados com a maternidade e a maternagem vivenciadas por mulheres brasileiras?

Com a pesquisa norteada pelo questionamento proposto, o objetivo geral do trabalho foi entender as formas mais eficientes e eficazes do uso do *podcast* na comunicação e divulgação da ciência, para discutir os assuntos científicos diretamente relacionados à maternidade/maternagem das mulheres envolvidas no desempenho dessas atividades, considerando as suas vivências e as produções científicas dos campos das ciências humanas e biológicas. Finalmente, propõe-se ainda um episódio piloto de *podcast*, que dialogue com as vivências e práticas das mulheres consumidoras de *podcast* sobre a temática científica e parental.

1.2 INTRODUÇÃO

A definição de uma “boa mãe” modificou ao longo do tempo. Aspectos sociais, econômicos, culturais e científicos influenciam o que se é considerado uma boa mãe, quando o assunto é maternidade. Não podemos desvincular a maternidade do papel que se espera que a mulher desempenhe socialmente e todas as implicações que esse condicionamento leva para a

performance da mulher-mãe na criação de seus filhos, quando ela decide por tê-los. Nesse sentido, o que vai definir como essa mulher desempenha o papel de mãe vai além da sua personalidade, dos seus gostos, da sua bagagem cultural ou seu nível intelectual. É esperado que essa mãe siga definidos padrões de criação para que seja considerada uma boa mãe, interferindo diretamente na sua forma de matinar. Uma mãe que decide utilizar determinada forma de amamentar, por exemplo, sofrerá com julgamentos sociais que colocaram em dúvidas o seu desempenho como mãe.

A definição descentralizada da mulher-mãe sobre o que pode ser considerado uma boa mãe retira da mulher a decisão sobre a sua própria forma de matinar, dando poderes a outros agentes para definir e padronizar ações e atitudes que essa mulher deve desempenhar. A ideia de uma maternidade ideal acaba criando uma dinâmica de poder, a partir da qual se define que para ser uma boa mãe, a mulher deve ter determinado comportamento, seguir um padrão. Tal poder que fundamentou as práticas de maternagem idealizada e que reverbera até a contemporaneidade suscita os seguintes questionamentos: como a normatização de comportamentos maternos interfere na liberdade e autonomia na forma de maternagem da mulher-mãe contemporânea? Como a ciência colabora para a construção desse discurso de maternidade e maternagem ideais? E qual a influência desse discurso científico para a construção da figura atual da mãe ideal e as possíveis consequências dessa idealização nas vivências das mulheres contemporâneas? Esses questionamentos, bem como as contribuições da ciência para os processos da maternidade e maternagem são as questões que se pretende debater, discutir e apresentar através da produção do piloto do *podcast* “A mãe no meio”.

Para atender ao objetivo deste trabalho, será realizada a produção de um *podcast* sobre maternidade, com a participação de cientistas e especialistas que pesquisam e/ou trabalham com a temática, bem como fazem pesquisas nas áreas da saúde, tecnologia, humanidades, que se relacionam com o tema. A fim de considerar as vivências das mulheres-mães, foram realizadas entrevistas com três mulheres que vivem a maternidade. Nesta pesquisa temos como objetivos específicos: discorrer sobre as diferentes formas de maternidade e maternagem; apresentar as práticas propostas pela ciência/especialistas nos cuidados com os filhos; promover reflexões acerca da mulher e o seu papel social como mãe e como mulher e, finalmente, promover um diálogo entre o saber científico e a vivência materna.

No contexto de comunicação da ciência e inserção do cidadão neste processo, somado ao crescimento da plataforma *podcast* para divulgação de diferentes conteúdos (conceitos apresentados nos capítulos 2 e 3), foi que seu deu a seleção da plataforma *podcast* para o desenvolvimento do produto de comunicação aqui apresentado, a qual pretende dialogar com

os sujeitos interessados e suas vivências acerca da maternidade e maternagem, à luz da ciência e dos conhecimentos cotidianos das temáticas.

A presente pesquisa se justifica enquanto o cenário mercadológico comunicacional brasileiro está vivenciando a expansão da nova mídia *podcast*, essa modalidade de rádio sob demanda foi viabilizada pela convergência tecnológica, que uniu o rádio ao ambiente digital e proporcionou novas formas de consumo dessa mídia apropriada pelos produtores de conteúdo que compõem a *podosfera*¹ e pelos ouvintes que consomem *podcast* (BARROS, 2019).

As contribuições para a ciência e comunicação podem ser observadas como um guia de produção de *podcast* a ser reaplicado por cientistas e departamentos de comunicação, em instituições que trabalhem com a divulgação científica e /ou comunicação da ciência, utilizando recursos comunicacionais oferecidos pelas práticas de produção radiofônicas, mais especificamente voltadas à mídia *podcast*.

A dissertação aqui apresentada tem sete capítulos, incluindo esta Introdução. No segundo capítulo são apresentadas as primeiras reflexões sobre maternidade e maternagem, bem como sobre a importância da ciência na maternidade e a construção do discurso da ideia de maternidade ideal. O terceiro capítulo discute a comunicação da ciência e como o letramento científico é importante para que a comunicação científica seja efetiva. Além disso, faz-se uma recapitulação histórica do nascimento do *podcast*, relacionando o seu surgimento à área da Educação e, finalmente, discute-se como a ciência pode interagir com o *podcast* para gerar benefícios para a sociedade.

O quarto capítulo é dedicado ao percurso metodológico realizado para que o *podcast* fosse construído, apresentando as ferramentas empregadas e o cronograma de atividades utilizado para finalizar o piloto. No quinto capítulo foi apresentado o Memorial descritivo do *podcast*, momento no qual apresentamos os resultados práticos do produto. O sexto capítulo relata como foi o desenvolvimento do trabalho e, finalmente, no sétimo capítulo, são tecidas as considerações finais da dissertação.

Reconhecer que a ciência não está desvinculada da vivência humana reconecta o saber científico à sociedade. Isto porque a vivência materna e a ciência dialogam em um mesmo espaço: a sociedade.

1.3 MÃE, MATERNIDADE E MATERNAGEM: PRIMEIRAS REFLEXÕES

¹ Termo utilizado para nomear a esfera relacionada aos *podcasts*, compreendendo o universo de vários *podcasts*, seus produtores, ouvintes etc.

A maternidade e todas as atribuições que envolvem o cuidado materno, vêm sendo discutidas mais profundamente pela sociedade a partir do século XVII, quando a infância e os cuidados infantis começaram a ser tratados como uma demanda social, política e científica. A partir desse contexto, é possível observar a incorporação de tarefas nas recomendações médicas e científicas, principalmente as que são direcionadas à figura materna no que diz respeito aos cuidados parentais exigidos para a manutenção do bem-estar de sua prole.

É importante diferenciar a capacidade de procriação da capacidade de maternar, para entendermos como ocorre as construções dos papéis maternos e a idealização da maternagem desempenhada pelas mulheres, nos cuidados. Entender como se dá essa relação entre a mulher e a maternidade, numa perspectiva histórica, faz-se importante para percebermos as suas transformações e quais contribuições e impactos essas mudanças tiveram para a concepção atual da maternidade ideal e, dentro dela, a de mulher-mãe ideal.

Enquanto a maternidade é tradicionalmente permeada pela relação consanguínea entre mãe e filho, a maternagem é estabelecida no vínculo afetivo do cuidado e acolhimento ao filho por uma mãe [...] espera-se que a valoração e a vivência da maternidade e da maternagem variem historicamente e de acordo com a inserção das mulheres em culturas específicas. (GRADVOHL; OSIS; MAKUCH, 2014, p. 56).

Sobre o conceito de maternagem, Miranda e Martins (2007) acrescentam que os cuidados e atendimento das necessidades físicas e emocionais do bebê e ao manuseio do seu corpo devem se dar através do colo. Eles entendem que a maternagem envolve a sensibilidade da figura materna na decodificação e compreensão dessas necessidades, fazendo com que haja uma rotina que seja benéfica ao crescimento, desenvolvimento, estabilidade emocional e à proteção do bebê. Moura e Araújo (2004, p.45) afirmam que “durante um longo período, a maternagem foi pensada como intrinsecamente relacionada à maternidade, como função feminina por excelência, concernente à natureza da mulher”, e que, embora esta seja uma discussão recente na civilização ocidental, o amor materno e os discursos que o difundem como algo “instintivo” e “natural” na vida da mulher permearam os discursos filosóficos, científicos e políticos, desde o século XVIII.

Atualmente, embora a mulher esteja presente e participe ativamente nas diferentes esferas da sociedade, em busca do seu genuíno reconhecimento civil, nas diferentes posições que ocupa na sociedade, o conceito de mulher como figura doméstica e única responsável pelos filhos continua entranhado no pensamento coletivo. Baluta e Moreira (2019) reconhecem a

violência sofrida pelas mulheres que renegam essas imposições sociais que vinculam a mulher à obrigatoriedade exclusiva nos cuidados com os seus filhos. Para as autoras:

muitas mulheres conseguiram abdicar dessa vinculação, mas não sem sofrerem apontamentos sociais de repreensão por não cumprirem seu papel dentro da normalidade imposta pelo sistema comportamental talhado à sua personagem existencial (BALUTA; MOREIRA, 2019, p. 1).

Nesse sentido, a mulher contemporânea se apropriou de vários papéis sociais que lhe foram imputados: esposa, mãe, cuidadora e profissional. Esses papéis foram introduzidos historicamente nas vivências femininas, resultando em uma normalização, um padrão que deve ser seguido, independentemente da sua subjetividade individual. Martins (2010) faz uma crítica sobre os papéis sociais como organizadores de uma estrutura social que reflete na adstração da consciência coletiva e resulta na anulação da consciência individual.

O papel social, via de regra, é estabelecido na direção de que haja dominantes e dominados no curso da história, embora se afirme a organização. Obviamente não se pode fugir dessas estruturas porque elas se agigantam para além dos indivíduos e são anteriores a estes. Assim, como conviver com tal realidade uma vez que percebida? A maioria continua aquém do senso comum no que concerne aos papéis sociais que os precederam e para os quais foram adestrados e os desempenham confundindo-os com quem são. (MARTINS, 2010, p. 50)

Todos esses papéis estabelecidos socialmente colocaram a mulher numa posição de valor condicionada, dominada, isto é, seu valor social está diretamente vinculado à aceitação de todos esses papéis em um determinado momento de sua vida, estabelecendo-se, assim, a estrutura de dominação. Existe uma idade socialmente aceitável para casar-se, partindo do ponto de vista monogâmico/cristão, assim como existe um parceiro romântico determinado para o matrimônio, que parte de uma relação heteronormativa, e uma condição certa para ser mãe, geralmente após o casamento, dentre outras estruturas pré-estabelecidas que negam a individualidade de cada mulher e perpetuam um ciclo de violência à subjetividade feminina, caso a mulher não se adéque a essas demandas padronizadas.

Negar essas expectativas materializadas em papéis sociais estabelecidos, ou até adiar essas demandas sociais, coloca a mulher numa posição de comparação com outras mulheres. Aquelas que atendem, prontamente, ao que lhe foi imposto, recebem, em troca, uma posição favorável na sociedade, enquanto aquela que nega, é exposta às violências simbólicas, estabelecendo uma relação de poder e dominação e reforçando a disputa entre as mulheres,

refletindo em vários âmbitos na vida delas, inclusive na maternidade e maternagem exercida por cada uma.

Podemos introduzir a essa reflexão as considerações de Bourdieu (1997), quando este afirma que é no campo simbólico, na maneira de ver e de pensar, que ocorre a violência simbólica. Para o autor, “a violência simbólica é uma violência que se exerce com a cumplicidade tácita daqueles que a sofrem e, também, frequentemente, daqueles que a exercem enquanto uns e outros são inconscientes de a exercer ou a sofrer” (BOURDIEU, 1997. p. 22). A utilização dessa ferramenta de dominação, que compara e desvaloriza uma mulher em detrimento de outras mulheres, idealiza algumas e exalta outras e enquanto desvaloriza aquelas que não se enquadram nesse padrão, resultando na negação e no reconhecimento da sua pluralidade enquanto indivíduo e fomentando a culpabilização e adoecimento daquelas mulheres que se negam a atender as expectativas sociais impostas.

Expostas essas reflexões, os questionamentos que nortearão este trabalho terão entre seus objetivos discutir como se deu a sistematização das expectativas sociais com relação à maternidade e maternagem, como diferentes fatores sociais e/ou científicos foram utilizados para estabelecer o que seria adequado e inadequado no exercício da maternidade e da maternagem e como isso impacta nas diferentes formas de maternagem e maternidade na contemporaneidade.

Até meados da segunda metade do século XIX, a maternidade, no Brasil, tinha sentidos e práticas diferentes das concepções atuais. As mulheres da classe média não eram responsáveis pelos cuidados de seus filhos: eles eram entregues às amas assim que nascessem e as amas ficavam com a responsabilidade de todos os cuidados relacionados ao recém-nascido (MOURA; ARAÚJO, 2004). Segundo Moura e Araújo (2004) no Brasil, diferentemente das práticas europeias, mas influenciados por elas, os pais não enviavam os seus filhos para serem cuidados por amas. A criança permanecia na residência dos pais biológicos para que as amas-de-leite, mulheres escravizadas, pudessem cuidar dos filhos daquela família, mantendo-se sobre ela a vigilância dos cuidados que eram oferecidos à criança.

A partir do fim do século XIX, os médicos começaram a incentivar a mulher-mãe a se responsabilizar pelos cuidados dos seus filhos, estimulando a amamentação, por exemplo, e, desse modo, construindo a imagem da nova mãe (MOURA; ARAÚJO, 2004). Essa nova imagem estava diretamente atrelada ao cuidado e devotamento dessa mulher aos filhos, ao cuidado do marido e da família e de todas as atividades desenvolvidas no âmbito doméstico. De acordo com Moura e Araújo (2004), uma nova família era construída durante o século XIX. Segundo as autoras, “aliados à mulher e à criança, valorizando a família amorosa, durante o

século XIX, os higienistas auxiliaram a família brasileira a assimilar novos valores, nuclearizando-se e urbanizando-se” (MOURA; ARAÚJO, 2004, p. 48).

Com endosso dos discursos da medicina, proferidos por médicos de diferentes áreas, foi arquitetado um ideal de práticas de maternagem a serem seguidas para que a mulher fosse considerada, socialmente, uma boa mãe. Historicamente, quem ocupava o lugar de médico eram homens brancos, letrados e numa posição econômica favorável, pois o acesso ao conhecimento acadêmico era elitizado. O discurso higienista que permeava as práticas sociais da época, derivado do pacto entre a família colonial e a Medicina, foi fundamental para a produção e expansão da maternidade higiênica, e por excelência, representada pela família burguesa branca.

Para a produção da ‘mãe higiênica’, foi fundamental o discurso higienista, no ataque tanto ao aleitamento mercenário (no Brasil realizado por escravas) como responsável pela mortalidade infantil, quanto à suposta deformação moral das crianças pelo cuidado e convivência com amas e lacaios negros. [...] O comportamento comum na sociedade da época, de recusa ao aleitamento materno, foi codificado também no Brasil pelo discurso higiênico como uma infração às leis da natureza, o que permitiu não somente a culpabilização das infratoras, mas a instalação de um sentimento de anomalia (COSTA, 1979, p. 91).

Costa (1979) denomina essa nova estrutura familiar como "família colonizada". Isto porque, "fracionando as velhas relações de casta, religião e propriedade, a medicina higiênica preparou a família para se acomodar e participar na criação dos valores de classe, corpo e raça e individualismo, característicos do estado burguês." (COSTA, 1979, p. 151). Assim se estabelecia uma relação de poder entre o médico e a mulher-mãe, uma relação que interferia diretamente nas práticas de maternagem individuais da mulher. Dessa forma, o não cumprimento das práticas de maternagem impostas pelos médicos sobre os cuidados com os filhos era visto como algo que desqualificava essa mulher no desempenho como mãe e, conseqüentemente, o seu valor como indivíduo pertencente àquela sociedade também estava comprometido. Essa desqualificação era uma forma de controle sobre a mulher, uma vez que o discurso adotado era que a função da mulher se resumia ao cuidado da família e dos filhos, e seu valor social e individual estava diretamente atrelado ao desempenho nessas atividades. Friednam (1971) nomeia como Mística Feminina essa imposição de papéis domésticos às mulheres, para ela

A mística feminina afirma que o valor mais alto e o compromisso único da mulher é a realização de sua feminilidade. Afirma ainda que o grande erro da

cultura ocidental, no decorrer dos séculos, foi a desvalorização dessa feminilidade. Diz ainda que esta é tão misteriosa, intuitiva e próxima à criação e à origem da vida, que a ciência humana talvez jamais a compreenda. Contudo, por mais essencial e diferente que seja, de modo algum é inferior à natureza do homem; em certos aspectos pode até ser superior. O erro, diz a mística, a raiz do problema feminino no passado, é que as mulheres invejavam os homens, tentavam ser como eles, em lugar de aceitar sua própria natureza, que só pode encontrar realização na passividade sexual, no domínio do macho, na criação dos filhos, e no amor materno. (FRIEDMAN, 1971, p.40)

Percebe-se, então, a relação de dominação estabelecida, posto que a possibilidade de reconhecimento social e individual prometida por esses discursos colaborou para que a mulher assumisse as práticas de maternagem e maternidade que lhe foram atribuídas pelos homens e endossadas por discursos científicos, biológicos e médicos, em busca do seu reconhecimento e da sua importância na composição familiar e social. Para Costa (1979), as modificações introduzidas pela medicina higiênica incluíam: o cuidado com a prole, uma educação social e hábitos de vestuário. Todas essas questões indicavam sobretudo diferenças sociais. A partir dessas mudanças, a saúde psíquica e física é discutida cientificamente, e o casamento por parentesco passa a ser combatido. O ambiente doméstico era o reduto do amor familiar e da autoridade paterna, “a figura do homem se converte integralmente à figura do pai, autoridade, razão, e a figura da mãe à de mãe amorosa” (COSTA, 1979, p. 101).

Costa (1979) relata que as atividades que retinham as mulheres no âmbito doméstico, ganhavam uma roupagem de poder feminino, o domínio de sua casa. Ali, ela estava se consagrando como a “rainha do lar”. O espaço doméstico concedido à mulher, que até então tinha pouco valor para a sociedade em várias camadas sociais, continuava sob o julgo e a aprovação da figura masculina, ora representada pelo seu marido, ora simbolizada pelo médico que, responsável por sua família, determinava como ela deveria agir nas práticas e cuidados com seus filhos. Segundo Costa (1979), a decisão do que estava correto ou incorreto, do que era valorizado ou desvalorizado, as formas de maternidade e maternagem e as diversas formas de criação dos filhos continuavam sob o domínio dos homens, e “à medida, porém, que as responsabilidades aumentaram, cresceu também a valorização do devotamento e do sacrifício feminino em prol dos filhos e da família, que novamente surgiram no discurso médico e filosófico como inerentes à natureza da mulher” (COSTA, 1979, p. 47).

Podemos perceber esse julgamento e essa culpabilização vigentes ainda nas práticas sociais da atualidade. Mecanismo de controle como “a angústia e a culpa maternas nunca foram tão grandes como no nosso século” (BADINTER, 1985, p. 296). A culpabilização materna que se constrói no ocidente, desde o final do século XVIII, tem permanecido como um dos principais elementos de coerção no exercício da maternidade ideal e socialmente desejada, a

qual é representada por uma mãe devotada que lida com sentimentos conflitantes e autopenalizadores (BADINTER, 1985).

Discussões atuais debatem o papel feminino em diversos âmbitos sociais. Desde então, foram acrescentadas novas tarefas ao que se é esperado socialmente de uma mulher. Além de ser uma “boa mãe” e uma “boa esposa”, exige-se da mulher a função de ser uma profissional de sucesso, possuir o corpo em forma e estar sempre bonita e bem-cuidada. (BADINTER, 1985). A autora ainda diz que:

a mulher se apaga em favor da boa mãe que, doravante, terá suas responsabilidades cada vez mais ampliadas. Nesse final do século XVIII, é em primeiro lugar a higiene e a saúde do bebê que exigem a atenção da mãe. Seus deveres começam desde que ela engravida. A nova mãe terá o cuidado de observar um bom regime alimentar. [...] A mãe moderna é igualmente sensível à higiene corporal: a limpeza e o exercício físico (BADINTER, 1985, p. 205-206).

A tentativa de atender a todas essas funções têm deixado as mulheres, bem como as mulheres-mães, num estado de esgotamento físico e mental. Incumbir-se da maioria das tarefas relacionadas ao cuidado com os filhos e o ambiente doméstico, além da carreira profissional e os cuidados com a saúde individual, pode ser danoso para a saúde mental e física dessas mulheres.

2 DA MATERNIDADE À MATERNAGEM

2.1 A CIÊNCIA NA MATERNIDADE: A IMPORTÂNCIA DO TEMA

Nos contextos sociais e familiares, ouvimos, ou até mesmo reproduzimos, o ditado popular "Quem pariu Matheus que o balance²", de forma a imputar a responsabilidade dos cuidados com as crianças, exclusivamente, às mães. Esses ditos populares, que são constantemente repetidos em contextos que envolvem o ambiente familiar, as crianças, os responsáveis e os cuidados infantis, revelam como essas convicções socialmente estabelecidas estão intrínsecas em nossas falas e atitudes. Diferentemente do provérbio africano que diz que

² Expressão de origem indefinida, mas que significa popularmente que a responsabilidade de cuidar de um filho é exclusivamente da mãe, aquela que o pariu.

"É preciso uma aldeia para criar uma criança³" a realidade, quando se trata de cuidados e educação infantil, apresenta-se centralizada na mulher-mãe.

Modificações nas estruturas sociais, desde a Idade Média até o Renascimento, transformaram a relação da mulher com a maternidade e a sua forma de maternagem. Na Antiguidade, o poder e a autoridade paterna e marital permaneceram quase imutável. Badinter (1985) discute a consolidação dos poderes que foram dados ao homem, no contexto familiar e social, e afirma que, na sociedade grega da Antiguidade, "a mulher tinha durante toda a sua vida, uma condição jurídica de menor, pouco diferente da condição de seus filhos" (BADINTER, 1985, p. 29). As obras de Aristóteles, uma das autoridades da filosofia grega que impactam diretamente a ciência e a organização da sociedade ocidental, fundamentam a sua argumentação nas leis da natureza para justificar a obediência e submissão de um grupo sobre o outro. Para o filósofo:

Em todas os animais em que há uma distinção de sexos, a natureza deu uma disposição similar aos machos e às fêmeas. Isso é mais notável no homem, e nos maiores e nos quadrúpedes vivíparos; porque a disposição da fêmea é mais fraca, e mais mansa e submissa, e mais artificiosa (CRESSWELL; ARISTOTLE; JOHANN, 1862, p.11 apud MENEZES, 1986, p.118)

A posição feminina na sociedade vai sendo alterada pelo tempo. Badinter (1985) aponta o cristianismo como o modificador do discurso paternalista autoritário, o qual define que a mulher passaria a ser companheira do homem e os filhos seriam fruto de uma relação considerada divina. Entretanto, a desvalorização da maternidade prosseguiu até a Idade Média. Para Badinter (1985), enquanto a desvalorização da maternidade e da mulher avançava na sociedade, a valorização do homem seguia adiante, o pai era considerado principal e único componente enaltecido na composição de uma família, diferente da mulher e dos filhos.

Não obstante, se a sorte da mulher melhora sob a influência da Igreja, a melhoria limitava-se às classes superiores. As outras não tinham um destino muito brilhante. Na prática, o marido conservava o direito de correção sobre a mulher e, apesar das palavras de Cristo sobre a inocência infantil, o destino dos filhos era pior que o de sua mãe. Demasiados interesses e discursos abafavam a mensagem de Jesus. No século XVII, o poderio do marido e do pai predominava, de muito, sobre o amor. A razão era simples: toda a sociedade repousava no princípio da autoridade. (BADINTER, 1985, p. 31)

³ Provérbio africano de origem histórica desconhecida que quer afirmar que a responsabilização pela aprendizagem das crianças é da coletividade, e não somente dos seus pais.

Ao discorrer acerca do assunto, Gradvohl et al. (2014) afirmam que as famílias europeias, na Idade média, eram constituídas a partir de interesses não afetivos, mas passaram a ter, como principal elo na modernidade, o amor entre aqueles que compunham a família. Os casamentos, nas sociedades medievais visavam a manutenção das posses familiares e, por isso, eram arranjados, de modo economicamente vantajoso, entre as famílias dos envolvidos. Neste momento, os componentes das novas famílias ganham novas responsabilidades no desempenho dos seus papéis sociais familiares.

A alteração da imagem da mulher para mulher-mãe dá-se após as mudanças na sociedade, no final século XVIII, contexto que, embora seja alvo de discussões sobre limites cronológicos, entendemos como o início da Modernidade. Os cuidados e a maternagem direcionadas aos filhos, integrantes que passam a ter algum destaque na composição familiar, fazem parte das atribuições dadas à mulher-mãe. Winnicott (2000) define como maternagem o cuidado de uma mãe e sua disponibilidade psíquica para com o seu bebê e todo investimento relacional com esse filho, não se limitando aos cuidados básicos para suprimento das necessidades básicas da criança. Stellin et al. (2011) definem que “a maternagem [...] diz respeito aos recursos psíquicos que uma mãe emprega para que seu filho se constitua como sujeito”.

A atribuição imputada à mulher como a única ou a principal responsável pelo suprimento para a sobrevivência e saúde dos seus filhos é problemática, porque culpabiliza a mulher por qualquer adversidade que aconteça com a criança: se ficou doente, foi por descuido da mãe; se caiu e se machucou, foi por falta de zelo da mãe; se ficou depressivo na adolescência, foi porque a mãe não supriu as necessidades psicológicas da forma como deveria etc. É possível que haja compartilhamento dos cuidados e suprimentos necessários para a saúde de um bebê ou de uma criança, como propõe o conceito, recente, na comunidade científica, de parentalidade⁴. Nesse sentido, o *podcast*, embora tenha como alvo o público feminino, não tratará as temáticas como sendo exclusivamente responsabilidade da mulher, ainda que algumas atividades possam ser biologicamente inerentes ao corpo feminino, como o aleitamento materno.

Os conceitos mencionados sobre maternagem quase sempre estão interligados à mãe, e acabam desconsiderando que outras pessoas podem desempenhar as atribuições maternas nessa dinâmica de cuidados e suprimento das necessidades básicas. Contudo, há uma visão de

⁴ De acordo com Barroso e Machado (2010), *Parenting*, como é conhecido em países anglófonos, é o conjunto de tarefas que visam o desenvolvimento dos filhos nos âmbitos psicológico, físico e social por parte dos cuidadores/progenitores. No Brasil, deu-se o nome de “parentalidade”.

maternidade mais ampla que considera que esta pode ser exercida pela mãe e por outros indivíduos que participam da vida da criança ou do bebê. É esta a visão, mais ampla, que consideraremos para repensar e discutir a maternidade. A parentalidade, como mencionamos anteriormente, é uma forma de entender o funcionamento da família atual, tendo em vista a participação dos progenitores e dos demais membros que compõem o núcleo familiar em todas as atividades que envolvem os cuidados com os filhos.

Badinter (1985), discute os fatores que construíram o que ela denomina como “família moderna”. Com princípios familiares fundados na intimidade entre pais e filhos, a família moderna centraliza a figura materna como componente familiar importante, a partir do fim do século XVII e ao longo do século XIX. A centralização da mulher, no desenvolvimento do papel materno da família, implicou em responsabilidades parentais e domésticas bem divididas nas famílias da época, o que ainda reverbera nos papéis sociais da contemporaneidade. A alteração da imagem da mulher para mulher-mãe se dá após as mudanças mais consistentes na sociedade, no final século XVIII.

Para Moura e Araújo (2004), a constituição do núcleo familiar insere a mulher na posição de mãe, e a valorização da infância começa a tomar forma como um trabalho inerente à mulher. A Medicina e a Psicologia, por exemplo, contribuíram para estabelecer uma forma de relação entre mães e filhos, centralizando na mãe o desempenho das funções maternas e instituindo a configuração da família na forma dos papéis que cada componente familiar deveria desempenhar.

Scavone (2001) destaca o capitalismo como fator de mudança no mundo e, conseqüentemente, nas relações sociais. A família, para o autor, assume a posição de propriedade, interessando a sua manutenção não somente aos componentes do núcleo familiar, mas também ao Estado. As crianças tomam um espaço importante na composição familiar que antes era exclusivo ao pai, e os papéis sociais são redefinidos: à mulher caberia as atividades relacionadas ao lar e fora dele, já que o ingresso no mercado de trabalho começava a se estabelecer, e ao homem caberia o papel de provedor (SCAVONE, 2001, p. 49). A partir disso, a maternidade ganha relevância social e, com endosso estatal, passou a ser valorizada, com a mulher-mãe sendo a principal responsável pela instituição familiar estabelecida.

2.2 A MULHER-MÃE, A MATERNIDADE IDEAL E A MATERNIDADE POSSÍVEL

A construção da identidade da mulher-mãe perpassa por conceitos que ultrapassam a subjetividade feminina e a individualidade de cada mulher. Giordani et al. (2018) afirmam que pode haver a transformação da identidade da mulher. Ele afirma que:

[...] por um lado, na mudança de sua identidade, a mulher passa a assumir uma nova condição de si, da vida, das relações, dos outros, provocando uma transformação de comportamento, posturas e, finalmente, uma mudança completa na sua autoimagem. E, por outro, a sociedade ao lhe impor papéis, fundamentalmente, exige certos posicionamentos e atitudes que a relegam a uma condição de cumpridora do seu “dever” (GIORDANI et al., 2016, p 12).

Moura e Araújo (2004) afirmam que foi a partir do século XIX que a imagem da mulher moderna começou a ser materializada da forma como a conhecemos hoje. Às mulheres foram atribuídas as funções de: nutrícia, educadora, professora, mãe, dona de casa e responsável pelos novos cidadãos (MOURA; ARAUJO, 2004). As responsabilidades que as mulheres modernas adquiriam estavam diretamente relacionadas ao valor social que elas tinham, o devotamento e o sacrifício em benefício aos filhos, à família e ao lar, davam às mulheres um status social e o posto de rainha do lar. Cabe ressaltar nesse sentido que

[...] se por um lado as novas responsabilidades da mulher conferiam-lhe um novo status na família e na sociedade, afastar-se delas trazia enorme culpa, além de um novo sentimento de “anormalidade”, visto que contrariava a natureza, o que só podia ser explicado como desvio ou patologia”. (MOURA; ARAUJO, 2004, p. 47).

É possível perceber que a maternidade ideal foi construída também a partir de vivências não femininas, como podemos observar nas discussões propostas até aqui. Em um dado momento histórico, o incentivo para maternar foi dado por meio de uma demanda social, política e econômica. Moura e Araújo (2004) apontam que no período pós Segunda Guerra, o déficit populacional assolava a Europa. Diante desse quadro, tornava-se necessário maior investimento na criação e cuidados infantil. No Brasil, com as influências europeias, o estado burguês demandava uma nova configuração social para suprir a demanda de mão de obra que a sociedade requeria. Os discursos construídos por médicos, políticos, filósofos e cientistas atribuíam a tarefa de maternar à mulher, a sua contribuição social era dedicar atenção ao crescimento saudável dos filhos e assim contribuir para o desenvolvimento do país. Essa responsabilidade aumentou o tempo que a mulher dedicava a trabalhos e atividades familiares, afastando-as de atividades fora do reduto doméstico. (MOURA; ARAÚJO, 2004).

Na primeira parte do século XX, as práticas de maternagem e a transmissão de conhecimentos relativos à orientação e criação de filhos foram dominados pela figura masculina

do médico, um homem, geralmente, mais velho e mais instruído, que exercia o poder de influenciar, através do prestígio do título de doutor e baseando-se na razão médica e nos estudos modernos de novas práticas, a forma como aquela mulher-mãe deveria exercer sua maternagem. (MARTINS, 2007).

Moura e Araújo (2004) afirmam que a relação de poder, que antes se baseava na centralização do homem e na subjugação da mulher e dos filhos na composição familiar, passou a dar destaque à mulher quando ela assume essa figura de importância nos lares brasileiros. Embora fosse restrita à esfera doméstica e materna, essa importância poderia ser considerada cativante para as mulheres daquela época, apesar de ainda serem mantidas as relações de poder anteriormente estabelecidas.

Com relação à mulher, especificamente, nota-se que, a partir do século XVIII e principalmente no século XIX, desenhou-se uma nova imagem de sua relação com a maternidade, segundo a qual o bebê e a criança transformam-se nos objetos privilegiados da atenção materna. A devoção e presença vigilante da mãe surgem como valores essenciais, sem os quais os cuidados necessários à preservação da criança não poderiam mais se dar. A ampliação das responsabilidades maternas fez-se acompanhar, portanto, de uma crescente valorização da mulher-mãe, a “rainha do lar”, dotada de poder e respeitabilidade desde que não transcendesse o domínio doméstico. (MOURA; ARAÚJO, 2004, p. 47).

Badinter (1985) entende o poder adquirido da mulher burguesa europeia do século XIX de duas maneiras. A primeira estava relacionada ao poder da mulher sobre os bens materiais familiares e, adicionado a este, o poder sobre os indivíduos que compunham a família, tornando-se o eixo familiar.

A incumbência da criação dos filhos e das decisões referentes ao lar e, portanto, da forma de matinar, vem sendo trazida até a contemporaneidade. A interferência do médico, sem considerar a participação da mulher nesse processo, e o estabelecimento de práticas únicas, que são socialmente consideradas ideais, podem ser uma forma de destituir o poder individual da mulher-mãe na construção de uma forma independente de matinar. Aqui, não colocamos em discussão as contribuições da medicina para o desenvolvimento infantil saudável, tampouco fazemos juízo de valor das práticas médicas adotadas mundialmente, mas discutimos a imposição de métodos de cuidados sem a participação ativa da mulher-mãe nas decisões e as práticas de maternagem adotadas por elas.

O acúmulo de tarefas da mulher-mãe vem desde o século XVIII e tem impactado a saúde feminina; um exemplo disso é o cansaço crônico que acomete mulheres-mãe, como o “*burnout mummy*” ou *burnout* materno. Séjourné et al (2018) desenvolveram estudos sobre o *Burnout*

materno na Europa, a partir de entrevistas realizadas mais especificamente na França. Os autores revelaram que 20% das francesas respondentes sentiam-se afetadas pelo esgotamento materno e indicaram que “os principais fatores relacionados ao esgotamento materno foram a percepção da dificuldade em ter filho, histórico de depressão pós-parto, ansiedade, insatisfação com o equilíbrio entre vida profissional e pessoal e estresse parental” (SÉJOURNÉ et al., 2018, p. 9)

Quando se trata dos filhos, preocupações sobre questões comportamentais ou de saúde, dificuldades no aprendizado ou mesmo em tarefas cotidianas, podem fazer com que os pais passem por esgotamento. Para a maioria dos pais, o esgotamento associado à parentalidade é transitório e não acarreta um impacto significativo na vida. No entanto, entre 5% e 20% dos pais consideram que esse esgotamento pode alcançar o nível de burnout parental. (SÉJOURNÉ et al., 2018, p.1)

O acúmulo de tarefas relacionadas ao lar e à criação dos filhos, a inserção da mulher no mercado de trabalho e as pressões cotidianas que estão por trás dessas demandas colaboram para o esgotamento materno. Séjourné et al (2018) identificaram algumas situações práticas que poderiam estar associadas ao *burnout* materno:

Ter mais de um filho não parece estar relacionado com o burnout materno. Por outro lado, ter um ou mais filhos vistos como crianças "difíceis", ter um filho portador de deficiência ou ser responsável por outros dependentes na casa está associado com o burnout materno. De fato, crianças "difíceis" requerem mais energia, atenção e tempo que crianças menos exigentes. É presumível que crianças portadoras de deficiência também exijam mais de suas mães e que essas mães dediquem mais tempo aos cuidados e à educação adequada de seus filhos. (SÉJOURNÉ et al., 2018, p.9, tradução nossa)

O acréscimo de atividades que envolvem o lar, os filhos e outras atividades que a mulher-mãe participa foram condensadas e, hoje, se fazem presente no cotidiano da mulher contemporânea. Séjourné et al (2018) acrescentam que fatores que demandam ainda mais a participação e o devotamento integral da mulher-mãe nos cuidados parentais exigem mais atenção e cuidado dessas mulheres, aumentando a dedicação delas a essas atividades. A responsabilização feminina por dedicar mais atenção e tempo às crianças e bebês, que, por sua vez, exigem mais atenção e participação dos seus progenitores dos seus filhos, permanece sendo uma constante na atualidade, causando danos psicológicos a essas mulheres, devido à alta demanda (SÉJOURNÉ et al., 2018 p. 9).

3 COMUNICAÇÃO DA CIÊNCIA E *PODCAST*

Diferentes nomes foram adotados, em diferentes épocas e contextos, para denominar e dar forma à comunicação da ciência. Comunicação pública do conhecimento, difusão, divulgação, propagação e popularização da ciência, dentre outros termos e definições, podem ser encontrados em materiais que tratam da temática da comunicação da ciência. Inicialmente, cabe ressaltar que 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 esboçarmos possibilidades do produto a ser desenvolvido junto ao Mestrado em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia. Trata-se, portanto de, à luz da divulgação da ciência, em diálogo com a sociedade civil, propor e produzir o projeto piloto do programa de *podcast* “A mãe no meio”, que discutirá, à luz da ciência, as práticas de maternagem, os dilemas e as vivências das mulheres-mãe.

Para embasar teoricamente as discussões, cabe ressaltar que, ainda que sejam entendidos como sinônimos, os conceitos de comunicação da ciência e divulgação científica diferenciam-se em alguns pontos e são convergentes em outros. Para Bueno (2010), a divulgação científica seria uma categoria da comunicação da ciência. A aproximação entre aquele que pesquisa e o público compreende um complexo sistema de comunicação da ciência, que contempla duas categorias: a comunicação científica (CC) e a divulgação científica (DC). A distinção entre essas categorias está relacionada ao perfil do público, ao nível do discurso, à natureza dos canais ou ambientes utilizados na veiculação da informação e à intenção explícita de cada processo em particular (BUENO, 2010, p. 2).

No Brasil, a função de divulgar a ciência é compartilhada por diversos profissionais tais como jornalistas, educadores ou mesmo pesquisadores. De acordo com Moreira e Massarani (2002, p. 52), as primeiras atividades de DC, no Brasil, surgiram no início do Século XX, no Rio de Janeiro, junto a pesquisadores que buscavam estruturar as pesquisas realizadas no país e, do mesmo modo, desenvolver sua difusão. Mais tarde, o jornalismo também passou a desenvolver atividades diretamente relacionadas à divulgação da ciência no país.

Acerca da temática, Kreinz (2009) 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 apud MATEUS; GONÇALVES, 2012, p.31). O fato de a DC ter como cerne a comunicação de informações científicas para o grande público, “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).

A proposta do *podcast* “A mãe no meio”, nesse sentido, pretende incluir, nas discussões acerca das temáticas científicas relacionadas à maternidade e maternagem, os diferentes atores que permeiam esse universo: mães, profissionais de saúde, jornalistas, pesquisadores. Através de temáticas que tragam a informação científica para os episódios do *podcast* e ao mesmo tempo espaço para o diálogo entre esses diferentes atores, pretendemos estruturar o episódio piloto do *podcast*.

Os estudos sobre Comunicação Pública (CP) são relativamente recentes, seu conceito é discutido, entre pesquisadores e profissionais da área da comunicação. Frequentemente, a Comunicação Pública, por sua terminologia, induz a pensar que se trata apenas da comunicação feita pelos órgãos governamentais, quando, na verdade, alguns autores defendem que se trata de um conceito que, apesar de ainda estar em franca discussão, pode ser aplicado em diferentes sentidos (KOÇOUSKI, 2013, p. 41).

De acordo com Liedtke e Curtinovi (2016), o conceito da CP começou a ganhar contornos mais específicos a partir da segunda metade de 1990, com a obra *La Communication Publique* (1995), de Pierre Zémor. Nas discussões propostas, Zémor (1995) apresenta a ideia de que não deve haver a dissociação das finalidades da comunicação pública das finalidades das instituições públicas. O autor ainda pontua as seguintes funções da CP:

a) informar (levar ao conhecimento, prestar conta e valorizar); b) de ouvir as demandas, as expectativas, as interrogações e o debate público; c) de contribuir para assegurar a relação social (sentimento de pertencer ao coletivo, tomada de consciência do cidadão enquanto ator); d) e de acompanhar as mudanças, tanto as comportamentais quanto as da organização social (ZÉMOR, 1995 apud BRANDÃO, 2006, p. 13).

A partir dos estudos de Zémor (1995), outros autores seguiram o seu norte conceitual em uma série de estudos que contribuíram e ampliaram o debate sobre a CP, adicionando com outras perspectivas, a saber: DUARTE, 2009; MANCINI, 2008; OLIVEIRA, 2004. Os 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, . 52-53).

A participação de diferentes atores na CP evidencia a complexidade e a importância da participação ativa dos atores sociais em assuntos intrínsecos à sociedade e ao exercício da cidadania. Duarte (2009) propõe cinco perspectivas da comunicação pública: a primeira está relacionada ao conhecimento técnico da comunicação organizacional aplicado a construção de uma identidade e imagem de instituições públicas ou privadas; a segunda perspectiva é a da comunicação pública como comunicação científica, objetivando a integração entre a ciência e a sociedade, despertando o interesse público pela temática científica; a terceira perspectiva está pautada na comunicação política, e dentro dela pode ter dois caminhos: a utilização das técnicas comunicação de persuasão política, e a intervenção nas disputas entre veículos e tecnologias de comunicação; por sua vez, a quarta perspectiva está identificada na comunicação estratégicas da sociedade civil, dando voz à sociedade, trazendo para a responsabilização pública também a sociedade e não somente os órgãos governamentais; a última perspectiva diz respeito ao dever do Estado de manter a comunicação com a sociedade de modo geral.

Ao discorrerem acerca do assunto, Ribeiro e Mainieri (2010) 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” (RIBEIRO; MAINIERI, 2010 apud SANTOS; DANIEL, 2020, p.5). Para eles, o primeiro objetivo da comunicação pública é exatamente ser informativo e, conseqüentemente, mostrar-se como possibilidade de construir um diálogo e participação recíproca dos cidadãos.

Mesmo nos poucos parágrafos acima, é possível perceber diferentes conceitos na definição da Comunicação Pública, os quais, embora diversos, reconhecem a importância da participação do público e da troca entre o Estado, a Ciência e a sociedade, para que os objetivos da comunicação pública sejam alcançados. Essa visão dialógica da Comunicação Pública fica explícita nas considerações de Castelfranchi e Fazio (2020, p. 9, tradução nossa), ao afirmarem que a “Comunicação Pública da Ciência é toda a comunicação que permite que parte dos processos culturais e o conhecimento originado dentro do campo científico circule em comunidades mais amplas e integre processos de apropriação cultural”.

Cabe resgatar, neste sentido, as considerações de Zémor (2009), ao afirmar que a comunicação pública deve estabelecer ligação com quem recebe a informação. Segundo Negrini (2017), é a partir dos estudos de Zémor (2009), que aparece a ideia de que:

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. (ZÉMOR, 2009 apud NEGRINI, 2017, p. 68).

A aproximação da sociedade com o conteúdo que se propõe comunicar publicamente mostra-se importante para o desempenho da cidadania, indicando que a participação ativa dos cidadãos nas discussões sobre temas que envolvem a sociedade, como um todo, é benéfico para todos os atores envolvidos no processo. Duarte (2009) complementa o conceito aproximando ainda mais o cidadão da informação científica. Para o autor:

[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 (DUARTE, 2009, p. 64).

É perceptível, mesmo na breve conceituação apresentada, a diversidade de formas na definição teórica do conceito de comunicação pública, o que amplia as discussões em torno da temática, principalmente ao aproximar a CP da ciência. Observamos que há convergência na ideia de dar um sentido relacional à informação, inserindo o público na participação ativa e no exercício da cidadania.

Costa et al. (2010) apontam caminhos para que a comunicação pública da ciência cumpra o seu propósito. Esses caminhos devem, pois, considerar os modelos de comunicação pública da ciência. Segundo os autores:

[...] 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 et al., 2010, p. 03).

Não é intenção deste trabalho discorrer acerca de cada um dos modelos, cujos resultados mais detalhados podem ser encontrados em COSTA et al. (2010). A apresentação do assunto é feita apenas para sinalizar que, embora o modelo de comunicação pública da ciência mais frequentemente adotado, no Brasil, seja o unidirecional, que trata o público apenas como

receptor, neste trabalho desenvolveremos o *podcast* “A mãe no meio”, apropriando-se da comunicação pública de duas vias.

Tal escolha pela participação de diferentes atores no *podcast* proposto parte de considerações de Castelfranchi e Fazio (2020, p. 9) quando apontam a motivação das pessoas que querem comunicar a ciência. Para os autores, algumas pessoas querem utilizar este tipo de comunicação “principalmente para explicar, educar, transmitir lançar conceitos, informações, teorias científicas e aumentar o nível de alfabetização científica e compreensão pública da ciência” (CASTELFRANCHI; FAZIO, 2020, p. 9). Dentre esses objetivos, para eles, existem pessoas que “acreditam na importância da Comunicação Pública da Ciência para criar consciência e aumentar a apreciação do público e a confiabilidade da ciência como ferramenta para entender o mundo.” (CASTELFRANCHI; FAZIO, 2020, p.10). Este último objetivo representa a preferência comunicacional do *podcast* a ser produzido.

Em resumo, a proposta do produto “A mãe no meio” surge a partir do momento que reconhecemos a importância de considerar o protagonismo. Essa perspectiva de abordagem inclui o cidadão no processo comunicacional, abdicando do tratamento unilateral que, muitas vezes, é realizado por quem comunica a ciência, entendendo que uma troca será estabelecida através do diálogo com a sociedade.

A proposta de *podcast* dialoga com as considerações de Cuevas (2008) sobre o modelo democrático comunicacional, 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. Trata-se da construção conjunta do conhecimento, sendo este caminho uma excelente oportunidade para ser usado na produção de mídia sonora, em especial de *podcast*, principalmente em ações de comunicação da ciência. O intuito é proporcionar à mulher-mãe o espaço para o diálogo, a partir das suas vivências como mãe e mulher, criando assim uma atmosfera dialógica que compreende as subjetividades de cada uma.

3.1 LETRAMENTO CIENTÍFICO: CONHECENDO O PÚBLICO PARA COMUNICAR

Para estabelecer uma comunicação efetiva com a sociedade brasileira, ou com um público em especial, é necessário conhecer os aspectos socioeconômicos da população a que vai consumir o produto para, posteriormente, propor ações que viabilizem o reconhecimento da realidade cotidiana e proporcione um diálogo entre a ciência e o público. A maneira como a

sociedade vai perceber a ciência é um dos fatores que impactam, diretamente, na forma como ela reagirá à informação ou ao conteúdo científico ao qual foi exposta. Trata-se da percepção da ciência, conceito estudado por autores que discorrem sobre a comunicação da ciência e que diz respeito ao modo como o público entende, avalia e interage com a informação sobre ciência. Essa percepção depende de uma conjuntura de fatores que levam em conta a educação, o volume de acesso à informação e o contexto político.

De acordo com Cunha (2019), as estruturas profundas das desigualdades de oportunidades e econômicas conferiam, ao Brasil, altas taxas de analfabetismo na sua população, fato que vem sendo combatido através do reconhecimento pela academia brasileira das novas demandas da sociedade com relação à cultura escrita, demandas essas que impactam diretamente na vida de grande parte dos brasileiros. Nesse sentido, o autor utiliza o termo ‘letramento’ para "designar o efetivo uso da escrita em práticas sociais, desde as mais simples [...] às de diferentes graus de complexidade", enquanto o termo ‘alfabetização’ "limitava-se a uma dicotomia entre os que não sabiam ler e escrever e os que sabiam" (CUNHA, 2019, p. 1). Desse modo, o autor argumenta que o termo “analfabeto” para se referir ao não conhecimento sobre algum assunto é pejorativo pois, conforme o seu entendimento:

Essa é a visão autoritária e arrogante de quem detém determinado tipo de conhecimento, como se só o dele fosse válido. O respeito ao conhecimento do outro é uma forma muito mais convidativa de levá-lo a conhecer outra forma de ver o mundo, contudo, sem impor a ele essa forma como sendo a única possível e aceitável. (CUNHA, 2019, . 20-21).

Expandindo a ideia do campo da linguagem para o campo científico, o "letramento científico" surge como uma saída para a inserção de diferentes públicos no debate científico. Cunha (2019, p. 23) afirma que o "letramento científico envolve não apenas o conhecimento sobre a ciência e a tecnologia, mas especialmente sua inter-relação com a sociedade". É possível acrescentar ao exposto as considerações de Chassot (2003), quando este reconhece a importância da ciência e trata do letramento científico e da alfabetização científica de forma semelhante, mas utiliza a terminologia alfabetização para se referir à educação científica e transformadora. Segundo o autor:

Entender a ciência nos facilita a contribuir, controlar e prever as transformações que ocorrem na natureza. Assim, teremos condições de fazer com que essas transformações sejam propostas, para que conduzam a uma melhor qualidade de vida. Isto é, a intenção é colaborar para que essas transformações que envolvem o nosso cotidiano sejam conduzidas para que

tenhamos melhores condições de vida. Isso é muito significativo. (CHASSOT, 2003, p. 91-92)

Com o objetivo de organizar de forma simples as diferentes interpretações sobre letramento científico, Shen (1975) destacou três características preponderantes: a primeira de ordem prática, como o conhecimento científico aplicável em problemas básicos como os envolvidos no âmbito da saúde; a segunda relacionada ao exercício da cidadania, através da compreensão científica; e a terceira envolve o interesse pela ciência como um produto cultural da humanidade. As características descritas por Shen (1975) são reconhecidamente diferentes entre si, entretanto uma não exclui a outra, elas podem ser categorizadas de acordo com o objetivo e a audiência do público. Para isso, o jornalismo é destacado pelo autor como um grupo relevante nessa dinâmica.

3.2 O FENÔMENO DO *PODCAST*⁵

Em artigo preliminar acerca da pesquisa que estavam realizando, Daniel e Santos (2020) discorrem sobre a era digital que converge meios, gera plataformas, consolida e diversifica redes, inter-relaciona linguagens, facilita o trabalho em conjunto e em sincronia e, principalmente, aproxima as pessoas. Para as autoras, antenas, redações, transmissores agora cabem no bolso, nos mais diversos formatos de aparelhos celulares que, existentes no mercado, são capazes de acessar a internet e todos os dados, contatos e aparatos de busca ou divulgação de informações inerentes à convivência digital.

Como a primeira etapa da pesquisa consistiu exatamente em pesquisar e diferenciar diferentes plataformas usadas para a divulgação da ciência, em especial, a mídia sonora, como o *podcast*, é necessário diferenciar os termos *podcast* e *podcasting*, utilizados durante este trabalho.

Primo (2005) conceitua *podcasting* como um novo processo midiático possibilitado pela Internet que contribui para formas particulares de interação de áudio, como, por exemplo, a independência dos ouvintes a um centro transmissor, como é o caso do rádio, mas que, por outro lado, impõe a exigência de um equipamento eletrônico conectado à Internet. Para o autor,

⁵ O texto base deste item foi publicado em forma de artigo, ver: DANIEL, R. G; SANTOS, O. A. C. Divulgação científica e *podcast*: proposta de desenvolvimento do *podcast* Não é bem assim! In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43, 2020, Virtual. *Anais* [...]. Evento realizado virtualmente, 2020, p. 1-15. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-0478-1.pdf>. Acesso em: 17 mai. 2021.

o *podcasting* oferece a mobilidade de gravação de áudio, sem uma estrutura profissional, assim como permite uma produção independente por pessoas que não pertencem a grandes organizações midiáticas, possibilita o acesso em qualquer lugar que possui acesso à internet, fortalece produções musicais independentes e oferece a utilização de conteúdo multimídia e hipertextuais, utilizando imagens, links de programas anteriores e capítulos.

Vicente (2018) afirma que o termo *podcast*, a princípio, foi 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. O jornalista entendia o *podcast* como uma prática de produção caseira de arquivos de áudio para posterior distribuição geral pela internet. Tratava-se, basicamente, de uma prática de assinatura de conteúdos de mídia por meio do *Rich Site Summary* ou *Really Simple Syndication* (RSS) para consecutivo download, denominada *podcast* (VICENTE, 2018 apud DANIEL; SANTOS, 2020).

Segundo Daniel e Santos (2020), inicialmente, os produtos de áudios produzidos eram baseados em *audiobooks* e *audiobloggings* gravados por *bloggers*. Concomitantemente ao surgimento dos smartphones, esses arquivos sofreram mudanças drásticas e se desenvolveram simultaneamente e com pontos de intersecção, tanto que *Podcast* se trata da junção de IPOD com *broadcastins* (transmissão). A popularização dos smartphones, a ampliação do acesso à internet e o aumento da qualidade da velocidade proporcionaram que o download mudasse para o *streaming* (VICENTE, 2018 apud DANIEL, SANTOS, 2020).

Há uma convergência conceitual sobre o podcast que reside na “concordância de que se trata de uma produção sonora em um ambiente de mídias digitais.” (FALCÃO; TEMER, 2019, p.3). Para definir a conceituação da mídia:

Em linhas gerais, *podcast* 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. Também há os chamados “videocast”, programas audiovisuais que utilizam a mesma forma de distribuição de dados dos *podcast*, embora menos difundidos que os programas exclusivamente de áudio (ASSIS; LUIZ, 2010, p. 1).

O surgimento do *podcast* estava, inicialmente, atrelado a blogs utilizados na forma de diários, 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 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 entre essas duas mídias 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 apud DANIEL; SANTOS, 2020, p. 8).

Segundo Daniel e Santos (2020), 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. A distribuição amplia o alcance das informações disponibilizadas que abordam as mais diferentes temáticas, entre elas a ciência, por meio da divulgação científica, como é o caso do *podcast* “A mãe no meio”. Não obstante, ressalta-se o cenário de contínua expansão de *podcast* atualmente, o 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.

Desta forma, o *podcast* emerge como uma experiência presente no cotidiano de diferentes gerações, especialmente entre 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 et al (2020).:

O *podcast*, 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 midiático, 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 (KISCHINHEVSKY et al. 2020, p. 09):.

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, comparando-o ao rádio, o *podcast* oferece, por outro lado, a possibilidade de estar disponível a qualquer momento nas diversas plataformas em que está hospedado.

3.3 PODCAST E EDUCAÇÃO

Os estudos sobre a utilização da mídia *podcast* em diversos campos vem ganhando espaço nas produções acadêmicas no Brasil. Um estudo bibliométrico⁶ investigou a trajetória da pesquisa e as bases teóricas que fundamentaram o estudo sobre *podcast* realizados no período de 2005 a 2017. O estudo apontou que o *podcast* está relacionado a três áreas principais: Rádio, Educação e Saúde. A mídia rádio abriga publicações sobre *podcast* voltadas às suas potencialidades como produto rentável, objetivando o desenvolvimento de um modelo de negócios. Um mapa foi produzido com os principais temas sobre *podcast*, evidenciando os termos mídia social e participação política como temas mais abordados, o que demonstrou a proximidade do podcast com as redes sociais, a comunicação, a participação política, as novas formas de educação, a mídia móvel e o rádio. (AVELAR; PRATA; MARTINS, 2018)

Avelar, Prata e Martins (2018, p. 7) indicam que o trabalho mais antigo relacionado à tecnologia e educação é o de Prensky (2001). Os autores apontam que, embora Prensky (2001) não mencione o termo *podcast* em seu trabalho, ele relata os desafios encontrados no processo de ensino-aprendizagem dos "nativos digitais" e "imigrantes digitais" frente às novas tecnologias. Os autores ainda revelam que, apenas mais tarde, "o termo *podcast* é usado pela primeira vez nessa pesquisa no texto de Campbell (2005) que acredita no potencial do conteúdo veiculado pelo *podcast* como instrumento educativo capaz de promover o aprendizado" (AVELAR et. al. 2018, p. 7).

O *podcast* é uma mídia que subverte a relação que a mídia de massa tradicional tem com o receptor, ele desloca a passividade do receptor para um lugar onde ele se torna potencialmente emissor e receptor (LUIZ; ASSIS, 2010 p. 13). Luiz e Assis (2010, p.1) afirmam que o *podcast* "torna a difusão de informações mais democráticas" dada a facilidade na produção e distribuição de conteúdo que torna qualquer pessoa potencialmente emissora e receptora. Os autores também indicam um ambiente colaborativo nas produções de *podcasts* brasileiros, quando comparados aos *podcasts* produzidos no exterior. É comum encontrar um *podcaster*⁷ participando de programas dos seus concorrentes, até divulgando os seus conteúdos nos *podcasts* concorrentes (LUIZ; ASSIS, 2010).

O trabalho de Freire (2017, p. 57) aborda os aspectos educativos do *podcast* por uma perspectiva ampla sobre a educação. O autor desassocia a prática educativa da prática escolar, baseando-se nos pensamentos de Paulo Freire (1992). Reafirma, desse modo, a existência de

⁶ O estudo bibliográfico tem como princípio a análise de quantitativa de atividade científica e publicações de determinada área.

⁷ Podcaster é a pessoa que é autora e produz um podcast.

outras formas de exercício da educação também em contextos não formais, comunicacionais e dialógicos. Freire (1992, p. 69) afirma que “a educação é comunicação, é diálogo, na medida em que não é a transferência de saber, mas um encontro de sujeitos interlocutores que buscam a significação dos significados”.

Freire (2017) faz uma distinção temporal da história do *podcast* no Brasil. Segundo ele, as primeiras vozes a adentrar no cenário brasileiro da *podosfera* foram, no ano de 2004, através do programa *Digital Minds*, conduzido por Danilo Medeiros. A história educativa no *podcast* aconteceu fora dos contextos formais.

Do mesmo modo que o rádio educativo tradicional trazia o tom instrucional como inclinação típica dos meios unidirecionais, o *podcast*, a partir das possibilidades produtivas que detinha, serviu de fomento ao exercício da comunicação/educação pela veiculação de um crescente número de vozes afeitas a ampliações temáticas e expressivas (FREIRE, 2017, p. 63).

Um estudo realizado no ano de 2007, intitulado “PodEscola”, conduzido por Barros e Menta (2007), colocava o *podcast* no contexto pedagógico brasileiro e buscava observar a interação entre alunos e professoras em sala de aula, de modo a contribuir para a formação crítica e reflexiva. O projeto teve como função principal romper o silêncio da sala de aula, tornando as aulas num espaço de troca entre alunos e professores e de participação ativa por parte dos estudantes (BARROS; MENTA, 2007). Eles reconhecem que “a utilização do *podcast* pode trazer enormes benefícios para a educação fazendo com que cada vez mais os alunos possam aprender independente do tempo e do espaço” (COUTINHO; JUNIOR, 2007, p. 845).

Ainda que o *podcast* contribua para a interação entre alunos e professores em ambientes pedagógicos, ele não é uma mídia completamente perfeita para o ensino. Como não há um modelo de ensino ideal nem mesmo uma ferramenta que prometa resolver todos os problemas do ensino e da aprendizagem humana, o *podcast* deve ser entendido como mais uma ferramenta que pode ser utilizada em contexto pedagógico, pois possui atributos específicos e diferenciais que podem (e devem) ser combinados com outros métodos e com outras ferramentas em prol da melhoria da aprendizagem dos alunos (COUTINHO; JUNIOR, 2007, p. 841).

É possível perceber a proximidade do *podcast* com a educação, uma vez que o seu desenvolvimento se deu em espaços pedagógicos. O próprio conceito de *podcast*, no sentido dialógico de produção, em que ouvinte pode se tornar produtor, compartilha com a ideia de aprendizagem em compartilha com a ideia de aprendizagem numa perspectiva freiriana de compreender o processo de ensino-aprendizagem, no qual o aluno participa ativamente do processo de aprendizagem, trocando experiências e vivências com os seus professores.

3.4 O *PODCAST* COMO PLATAFORMA DE INTERAÇÃO ENTRE CIÊNCIA E SOCIEDADE

O mercado brasileiro mostra-se aquecido no consumo de *podcasts*. Uma pesquisa realizada pela plataforma “Cupom Válido”, utilizando dados do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) e da Statista, companhia alemã de pesquisas de mercado, revelou o Brasil como o terceiro país que mais consome *podcast* no mundo, enquanto o primeiro e segundo lugar ficaram, respectivamente, com a Suécia e a Irlanda. Com mais de 30 milhões de ouvintes brasileiros, de acordo com a pesquisa, as plataformas mais utilizadas pelos respondentes foram o *Spotify* (25%), a *Apple Podcasts* (20%) e o *Google Podcast* (26%).

A PODPESQUISA 2019-2020 (2020) realizada pela Associação Brasileira de *Podcasters* (ABPOD), identificou os interesses e preferências dos ouvintes brasileiros quanto a temática mais procurada, indicando a Cultura Pop (64,9%), o Humor e Comédia (53,1%) e a Ciência (52,3%) como as mais mencionadas pelos participantes. Diante disso, cabe discorrer acerca das contribuições da mídia *podcast* para o debate sobre como a sociedade de modo geral pode enxergar-se inserida na ciência, partindo do pressuposto de que a ciência não é exclusiva ao cientista e/ou ao ambiente laboratorial e universitário. O *podcast*, nesse sentido, pode ser um elemento a ser considerado para que essa troca entre os cientistas e sociedade aconteça.

Brecht (2007) manifestou um desafio que o rádio passara há 90 anos e defende que o *podcast* poderia propor soluções pelo menos em alguns aspectos. Segundo o autor:

[...] seria mais admirável aparato de comunicação que se poderia conceber na vida pública, um enorme sistema de canais; quer dizer, seria, caso ele se propusesse não somente a emitir, mas também a receber; ou, não apenas deixar o ouvinte escutar, mas fazê-lo falar; e não isolá-lo, mas colocá-lo numa relação. O rádio deveria, portanto, sair da esfera do fornecimento e organizar o ouvinte como fornecedor. (BRECHT, 2007, p. 228-229).

Para entender quais caminhos podem ser traçados para que a decodificação do discurso científico seja possível e essa inserção seja legítima, é essencial que a mídia *podcast* seja aproveitada em todas as suas possibilidades, como a de trazer o ouvinte para dentro da produção do programa, libertando-o da posição passiva de ouvinte. Dessa forma, a proposta do *podcast* “A mãe no meio” é propor debates acerca da maternidade, partindo de práticas recomendadas pelas ciências da saúde (Medicina, Biologia, Enfermagem, Fisioterapia, Odontologia, dentre outras), percorrendo discussões das ciências Humanas (História, Filosofia, Psicologia, Sociologia, dentre outras), que exploram e dialogam com as vivências de mulheres e mães

entrevistadas. A busca pela identificação do ouvinte com o assunto abordado no episódio que participa promove o diálogo da ciência com a sociedade de forma geral.

3.3.1 Levantamento de similares: divulgação de ciência em *podcast*

No mestrado profissional, sempre que possível, busca-se propor soluções na forma de produtos ou processos para responder os questionamentos norteadores da pesquisa. Desse modo, o percurso metodológico da pesquisa é complementado pelo percurso metodológico do desenvolvimento ou prototipagem do produto ou processo da pesquisa, e uma das etapas que antecede os resultados é exatamente o levantamento de similares, momento no qual se busca localizar produtos próximos ou de interface com o que está sendo proposto.

Nesse contexto, após breve levantamento de produções similares à proposta desta pesquisa, que é divulgar a ciência em *podcast*, destacamos alguns *podcasts* brasileiros para mostrar as formas como as temáticas científicas são abordadas e qual a dinâmica utilizada pelos apresentadores, bem como pelos participantes. A partir do levantamento dos produtos similares, foi definido o roteiro do *podcast* “A mãe no meio”, como duração, dinâmica de entrevistas, artes visuais dos episódios, descrição, canais de distribuição de conteúdo, dentre outros. A seleção dos *podcasts* se deu na plataforma *Spotify*, a plataforma mais utilizada por brasileiros ouvintes de *podcast*, segundo a PODPESQUISA 2019-2020 (2020). Na busca, utilizamos o termo ‘divulgação científica’ e priorizamos *podcasts* que tinham publicações recentes, menos de quinze dias.

i) Nahuhodo

‘Naruhodo’ é um *podcast* apresentado por Ken Fujioka, que se denomina como um “leigo curioso”, e o cientista PhD Altay de Souza. Segundo informações em site próprio do programa, trata-se de um “[...] *podcast* pra quem tem fome de aprender: ciência, senso comum, curiosidades e desafios” (B9 COMPANY, 2021). Os programas possuem momentos para diálogos com ouvintes que determinam, através de e-mail ou contato por meio 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 de os apresentadores compartilharem suas vivências, o que oferece fluidez e identificação dos ouvintes com os apresentadores. As entrevistas acontecem em formato de mesa redonda (mesacast), com especialistas.

ii) Alô, Ciência

O *podcast* “Alô, Ciência”, lançado em 2016, autodenomina-se como “um projeto voltado para a divulgação científica” (ALÔ, CIÊNCIA, 2021). Os episódios iniciam como se fossem uma ligação para alguém, desta forma, o sentido é que este alguém é a ciência. Eles trazem questionamentos práticos sobre a temática 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? A estratégia chama mais a atenção dos ouvintes, pois se coloca na posição de responder as dúvidas, dando um viés utilitarista ao conteúdo. As entrevistas são realizadas em formato de mesa redonda e a gravação acontece remotamente. As temáticas trabalhadas nos episódios são variadas, embora grande parte dos episódios sejam voltados a temas das ciências biológicas e à evolução humana. As artes da vitrine da página no *Spotify* são de criação própria e seguem um padrão para toda a temporada.

iii) 37 Graus Podcast

O ‘37 Graus Podcast’ utiliza a linguagem da narrativa para conduzir os episódios, e as entrevistas acontecem pessoalmente, fora do estúdio de gravação. As podcasters apresentam os episódios como “histórias que vão te fazer ouvir o mundo de outro jeito” (37 GRAUS PODCAST, 2021). O *podcast* é apresentado, produzido e editado pela jornalista Bia Guimarães e pela bióloga Sarah Azoubel. O *podcast* fechou parceria com o jornal “Folha de São Paulo” para produzir uma série documental, em áudio, com a temática “Epidemia”, que rendeu duas temporadas mais um bônus. Esta produção conta os bastidores das epidemias no Brasil, do Zika Vírus ao novo Coronavírus.

A abordagem das temáticas dadas pelos apresentadores é permeada por histórias reais de pessoas que estão diretamente envolvidas com a ciência, sem que necessariamente fossem cientistas ou acadêmicas, utilizando a narração de histórias humanas, os episódios contam ainda com trilhas sonoras e entrevistas que fazem com que os ouvintes visualizem a cena que está sendo narrada.

iv) Dragões de Garagem

O “Dragões de Garagem”, por sua vez, denomina-se em suas redes sociais “como um *podcast* de divulgação científica, do desejo de falar sobre ciência, de forma acessível e descontraída, incentivando a curiosidade e o pensamento crítico”. Os apresentadores 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.” (DRAGÕES DE GARAGEM, 2021). Esse *podcast* é

apresentado por acadêmicos e pesquisadores de diversas áreas, mas principalmente as áreas biológicas e humanas.

Os episódios, geralmente, trazem um especialista sobre o assunto que será debatido, entretanto, a pluralidade de formações dos próprios apresentadores consegue dialogar de forma ampla com o especialista, na maioria das vezes, dando apoio às questões abordadas acerca do tema dos episódios. A gravação acontece remotamente, com participantes de alocados em diversas cidades 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.

v) Praia dos Ossos

O *podcast* ‘Praia dos Ossos’ é um *podcast* narrativo sobre um crime que aconteceu em 1976: o feminicídio de Ângela Diniz, uma socialite que foi assassinada a tiros por seu então namorado, Doca Street, réu confesso. Narrado por Branca Vianna, o *podcast* reúne entrevistas com pessoas envolvidas no crime, amigos da vítima e do assassino, bem como pessoas que moravam próximas à casa onde ela foi assassinada, advogados envolvidos no caso etc. Os episódios possuem duração de cerca de uma hora, em sua grande maioria, são produzidos de forma seriada, formando uma minissérie de oito episódios, com discussões relacionadas ao crime. As gravações das entrevistas acontecem em ambiente externo, como, nas ruas, por exemplo, mas também em ambiente interno, nas casas dos entrevistados, ou por meio de telefone, utilizando recursos narrativos para colocar os ouvintes no ambiente descrito pela narradora.

As contribuições que traremos para o desenvolvimento do *podcast* ‘A mãe no meio’ estarão baseadas, principalmente, nas recomendações propostas pelas ciências da saúde, conforme estudos e pesquisas publicados em revistas, livros, periódicos, portais e eventos científicos etc. de profissionais da área de saúde e pesquisadores convidados. Outras contribuições envolvidas no desenvolvimento dos episódios do *podcast* serão as discussões propostas pelas ciências humanas, como a psicologia, a história, a ética, as tradições e os direitos jurídicos envolvidos na temática dos episódios.

A primeira etapa da pesquisa que consistiu no levantamento de similares, questões preliminares e revisão bibliográfica, auxiliou no amadurecimento da criação do *podcast* ‘A mãe no meio’, o qual pretende abordar a maternidade possível, diversificada e cotidiana, dialogada às recomendações que a ciência faz. O objetivo é contar e conhecer a realidade de mulheres-mães que vivenciam as 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 de maternar da comunidade em geral dialogando com mulheres-mães, considerando as suas experiências e vivências.

A proposta é entrevistar mulheres que estão envolvidas na criação de crianças, seja no período da gestação ou amamentação, e trazer a participação, em cada edição, de profissionais ou especialistas para esclarecer e contribuir com a temática discutida. Trata-se de uma narração de histórias familiares que tem, em sua composição, mulheres que são cuidadoras de crianças de até 6 anos, evidenciando as suas práticas acerca do tema do episódio, suas motivações, as possibilidades existentes etc.

O trabalho, em desenvolvimento junto ao mestrado em Tecnologias, Comunicação e Educação, prevê, além do episódio piloto, a entrega de um relatório técnico científico que viabilize e sustente teórica e mercadologicamente a proposta, por meio do levantamento bibliográfico, levantamento de similares, modelo de negócios e prototipagem, os quais são apresentados no capítulo seguinte.

4 PERCURSO METODOLÓGICO PARA O PRODUTO E CRONOGRAMA DAS ATIVIDADES

O percurso metodológico que faremos iniciará com referências e discussões acerca das problemáticas envolvendo a ciência e a sua comunicação e divulgação, assim como sobre a maternidade e a sua construção, a maternagem e os impasses sociais que atravessam essas discussões sobre a mulher e os papéis sociais.

No quesito prático, iremos fazer uma breve consideração sobre o mercado de *podcast*, no Brasil, suas potencialidades e oportunidades a serem aproveitadas. Assim, utilizaremos ferramentas que viabilizarão o projeto do *podcast*, planejando as ações, identificando e refletindo sobre as temáticas propostas, discutindo e propondo debates e ouvindo diferentes lados etc. Estruturaremos a matriz de *Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats* (SWOT), de forma a entender as forças e as fraquezas do *podcast* e as Oportunidade e Ameaças do mercado *podcaster* e, assim, planejar ações para minimizar os impactos no produto e potencializar seu crescimento no mercado.

4.1 SWOT DO *PODCAST* ‘A MÃE NO MEIO’

A análise SWOT é uma ferramenta de análise de cenário (ou análise de ambiente), usada como base para gestão e planejamento estratégico de uma corporação ou empresa, mas,

podendo, devido a sua simplicidade, ser utilizada para qualquer tipo de análise de cenário, desde a criação de um blog à gestão de uma multinacional. Para Nakagawa (2012), a análise SWOT é um sistema simples para posicionar ou verificar a estratégia da empresa ou negócio. As variáveis foram preenchidas, de acordo com o que se espera do produto *podcast*, considerando o mercado de ascensão do áudio e do consumo de *podcast* no Brasil e as possíveis dificuldades que poderão gerar conflitos no lançamento e desenvolvimento do produto, conforme o Quadro 1:

Quadro 1- Matriz SWOT *Podcast* ‘A mãe no meio’

| | |
|--|---|
| <p style="text-align: center;">Forças</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Dialogam com a realidade vivenciada por mulheres; ● Embasamento científico nas discussões sobre maternagem e maternidade; ● Experiência em trabalhos jornalísticos humanizados em outras plataformas; | <p style="text-align: center;">Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Inexperiência prática na criação de <i>podcast</i>; ● Falta de familiaridade com programas de edição de áudio; ● Inexperiência com roteiros narrativos de áudio para <i>podcast</i>; ● Falta de comunidade de ouvintes consolidada; ● Inexperiência com softwares de gravação de áudio; ● Fonte única e própria de recursos para investimento no <i>podcast</i>; |
| <p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Brasileiros se interessam por Ciência; ● Brasil é o terceiro país no ranking mundial de consumo de <i>podcast</i>; ● <i>Streaming</i> fonográfico cresceu 34% em 2018; ● 41% dos ouvintes de <i>podcast</i> buscam por temas interessantes; | <p style="text-align: center;">Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Pouco engajamento/interação das mães no <i>podcast</i>; ● Novas cobranças monetárias dos agregadores; ● Estudos que revelam os benefícios para a saúde mental na diminuição do tempo online; ● Crescimento de conteúdos diversificados no mercado <i>podcast</i>; |

Fonte: autoria própria.

i) Fraquezas

Fraqueza 1 - Inexperiência prática na criação de *podcast*

A pouca experiência na criação de produção de *podcast* pode resultar na criação de um *podcast* que não seja interessante, em seu formato, para o público que desejamos alcançar ou a não utilização dos recursos das práticas radiofônicas de forma ampla, beneficiando o produto.

Fraqueza 2 - Falta de familiaridade com programas de edição de áudio

A pouca experiência em programas profissionais de áudio pode fazer com que não utilizemos todos os recursos disponíveis nos programas de edição que agregariam valor para o produto piloto final.

Fraqueza 3 - Inexperiência com roteiros narrativos de áudio para podcast

O roteiro narrativo do *podcast* pode ser um desafio para principiantes. Além do conteúdo das entrevistas, faz-se necessário buscar outros materiais em áudio que complementem e ofereçam informações que enriqueçam a narrativa construída.

Fraqueza 4 - Falta de comunidade de ouvintes consolidada

Como todo produto comunicacional que inicia as suas atividades, pode levar algum tempo para que as pessoas, os potenciais clientes ou público-alvo, conheçam e consumam o produto regularmente. Inicialmente, espera-se poucos acessos ao *podcast*. A intenção é produzir conteúdo e ter um plano de divulgação para que, posteriormente, o programa atinja uma quantidade maior de pessoas que se interessam pelos assuntos abordados.

Fraqueza 5 - Inexperiência com softwares de gravação de áudio

São disponibilizados diversos programas de gravação de áudio, pagos e gratuitos, que oferecem recursos profissionais e que podem ser ajustados durante a gravação, diminuindo a necessidade de grandes e demoradas edições pós-gravação. A inexperiência com esses softwares pode resultar na pouca utilização de todos os recursos, os quais poderiam melhorar o resultado do *podcast*.

Fraqueza 6 - Fonte única e própria de recursos para investimento no *podcast*

Mesmo que não se adquira os equipamentos para produzir, gravar e editar um *podcast*, é recomendado o aluguel de estúdios de gravação deve ser realizado para captar um material de qualidade. Uma única fonte de recursos para investimento nas gravações do *podcast* pode ser insuficiente, conforme a periodicidade dos episódios e os preços praticados pelos estúdios na região.

ii) Ameaças

Ameaça 1 - Pouco engajamento/interação das mães no *podcast*

O acúmulo de tarefas profissionais, pessoais e maternas pode ser fator que impossibilite o engajamento e a interação constantes das mulheres que são mães, nosso público-alvo, nos canais de comunicação planejados para estabelecer o contato com elas.

Ameaça 2 - Novas cobranças monetárias dos agregadores

A cobrança dos agregadores para a hospedagem de episódios pode diminuir o alcance e a utilização de diferentes plataformas para distribuição do conteúdo produzido.

Ameaça 3 - Estudos que revelam os benefícios para a saúde mental na diminuição do tempo online

Em busca de saúde fora do ambiente online, os potenciais consumidores podem reduzir o tempo que passam online e isso pode impactar na possibilidade de atingir públicos diferentes que poderiam se interessar pelo conteúdo do *podcast*.

Ameaça 4 - Crescimento de conteúdos diversificados no mercado *podcast*

O interesse de diversos criadores de conteúdo aumentou, exponencialmente, a quantidade de concorrentes no mercado *podcast*. Grandes empresas de mídia já reconheceram a oportunidade e estão produzindo materiais de qualidade e relevância para as plataformas de *podcast*. A concorrência faz com que o consumidor seja mais exigente quanto a qualidade do conteúdo e áudio disponibilizados.

iii) Oportunidades

Oportunidade 1 - Brasileiros se interessam por Ciência

Segundo a pesquisa "Percepção Pública da Ciência, Tecnologia e Inovação no Brasil", realizada, em 2019, pelo Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), em parceria com o Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação MCTI, foi constatado que 62% dos brasileiros entrevistados demonstraram interesse ou muito interesse por algum assunto relacionado a "ciência e tecnologia". Os temas que os brasileiros consideraram de maior interesse foram: medicina e saúde (79%), meio ambiente (76%) e religião (69%).

Oportunidade 2 - Brasil é o terceiro país no ranking mundial de consumo de *podcast*

Como já mencionamos, em 2020, o Brasil ficou em terceiro lugar no ranking de países que mais consomem *podcasts* no mundo, conforme a plataforma “Cupom Valido”, com informações da Statista e do IBOPE. Além disso, os mais de 30 milhões de ouvintes podem evidenciar o potencial de conteúdos diversos que podem ser criados para atender as demandas desses ouvintes.

Oportunidade 3 - *Streaming* fonográfico cresceu 34% em 2018

O Relatório Global de Música de 2019, da Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI), apontou o crescimento global de 34% do *streaming* de música, revelado através da receita de serviços de *streaming*, em 2018. Esse crescimento corresponde a 47% dos rendimentos totais do consumo de música pelo mundo. *Spotify*, *Youtube Premium* e *Apple Music* aumentaram em 32,9% as assinaturas pagas e, no final de 2018, a IFPI mostrou que havia 255 milhões de usuários pagantes de serviços de *streaming* de música no mundo (QUASE METADE, 2019). Uma vez que ouvintes de músicas estão utilizando os serviços *streaming* para consumo de música, reconhecemos que seria uma oportunidade para que estes se interessassem por *podcasts* e consumissem conteúdo para além dos produtos musicais na plataforma.

Oportunidade 4 - 41% dos ouvintes de *podcast* buscam por temas interessantes

A Pesquisa *Podcast*, realizada pelo IBOPE para a CMI Globo, em outubro de 2020, apurou que 41% dos respondentes começaram a ouvir *podcast*, motivados pela busca de conteúdos por assuntos de seus interesses. Outros fatores relevantes apontados como motivadores foram: a curiosidade sobre o formato (27%) e indicação de amigos/família (26%). A PODPESQUISA 2019-2020 (2020) apontou em seus resultados a temática Cultura POP e políticas como crescentes (13%). Em números absolutos a temática Feminismo se destacou-se entre os respondentes.

iv) Forças

Força 1 - Dialogam com a realidade vivenciada por mulheres

Trazer a vivência de mulheres e compartilhá-las com outras mulheres podem trazer um alento às ouvintes que percebem que a situação ou o desafio vivido na maternidade não é exclusivo delas. Humanizar conteúdos científicos voltados à maternagem e maternidade, através das vivências de mulheres, é uma forma de levar a realidade vivenciada para dentro do

conteúdo científico, de forma a incentivar o diálogo entre elas, e mostrar, para o ouvinte, que a ciência não se separa do que se vive, ambos se relacionam a todo instante.

Força 2 - Embasamento científico nas discussões sobre maternagem e maternidade

Assim como a vivência será tratada na roteirização e no planejamento dos episódios, a ciência também norteará as discussões acerca da temática proposta. Novos estudos da área da medicina, como pediatria, obstetrícia, ginecologia etc., bem como assuntos relacionados aos estudos de gêneros, sociedade, cultura, poderão embasar as discussões nos episódios, retomando o objetivo principal da divulgação científica proposto pelo *podcast* 'A mãe no meio'.

Força 3 - Experiência em trabalhos humanizados em outras plataformas

A experiência pessoal em trabalhos acadêmicos que promovem a inclusão de diferentes participantes, de múltiplas vozes e dos tantos lados que um mesmo discurso pode ter, é uma força que pretendemos utilizar no desenvolvimento do *podcast* 'A mãe no meio'.

4.1.1 Cruzamentos das Fraquezas e Ameaças

- i) Crescimento de *podcasts* com conteúdo diversificado *versus* inexperiência prática da criação de *podcasts*

A concorrência com grandes produtores de *podcast*, de temas voltados para a ciência e a vasta experiência com produções de sucesso, isso pode dificultar que os ouvintes em potencial se interessem por um *podcast* menor, produzido independentemente, ao passo que as grandes produtoras já começaram a ter relevância no mercado *podcast*.

- ii) A fonte única e própria de recursos para investimento no *podcast* *versus* Falta de engajamento das mães no *podcast*

Produções elaboradas com equipamentos que captem um bom som e participação presencial de convidados no *podcast* podem ser motivações para ganhar o ouvinte do episódio de *podcast*. Tudo isso, porém, tem um custo, que é limitado, pois a única fonte de recursos do *podcast* é própria. Assim, é necessário que se descentralize a arrecadação de recursos para manutenção do *podcasts* a longo prazo.

- iii) Estudos que revelam os benefícios para a saúde mental na diminuição do tempo online *versus* Inexperiência com roteiros de áudios, softwares e criação de *podcast*

O cansaço, a rotina e sobrecarga da mulher-mãe podem impactar na diminuição do tempo que ela passa consumindo conteúdos na internet. A falta de experiência na produção completa de um *podcast* pode interferir na utilização, ou pouca utilização, de recursos que poderiam otimizar o tempo dos episódios, assim como conseguir dar fluência e dinamismo aos conteúdos abordados,

4.1.2 Cruzamento de Oportunidades e Forças

- i) Dialogam com as vivências das mulheres *versus* Brasileiros se interessam por Ciências

A utilização de linguagens e formatos que proporcionem a possibilidade de participação e aproximação dos ouvintes pode ser um caminho para trazer a temática científica para o dentro da vivência dos consumidores do *podcast*. Dessa forma, utilizar formatos e linguagens provenientes da produção radiofônica, que possibilitem esse intercâmbio, pode ser interessante para promover o diálogo.

- ii) O Brasil em expansão no consumo de áudio, através de *podcast versus* Experiência com trabalhos jornalísticos humanizados em outras plataformas

A experiência em produções humanizadas para outras plataformas pode ser uma oportunidade para utilização dessa linguagem no desenvolvimento do *podcast*, haja vista a maior receptividade do brasileiro no consumo de áudio *podcast*, no Brasil.

- iii) Ouvintes de *podcast* estão abertos a novas experiências de áudio *versus* Brasileiros se interessam por ciência

Com os brasileiros mais abertos às novas experiências no consumo de áudio, a utilização de estratégias voltadas para as preferências e hábitos de consumo pode incentivar o ouvinte a conhecer um conteúdo novo, independente.

4.2 DESIGN THINKING E CANVAS DO PODCAST “A MÃE NO MEIO”

A rapidez com que o mercado e as transformações sociais ocorrem, exige que as organizações se adéquem a essa realidade acelerada e lidem com a alta competitividade no mercado em que as empresas concorrentes estão inseridas. O investimento em ferramentas que possibilitem empresas estarem sempre inovando nos seus processos, no desenvolvimento de produtos, dentre outros, é a estratégia de organizações que buscam guiar e mobilizar esforços da empresa para a inovação. Nesse sentido, o *Design Thinking* (DT) é uma ferramenta aplicada por diferentes empresas e projetos inovadores que tem como pilar a utilização do pensamento do *designer* e suas soluções para resolver problemas. Inspirar a criatividade, a inovação, com foco no usuário, e lidar com o consumo centrado no usuário, exigindo colaboração, e abordagens práticas para fomentar melhores ideias e soluções para os consumidores.

Segundo Brown e Katz (2009), o processo de *Design thinking* permeia três fases fundamentais: inspiração, ideação e implementação. Os problemas são questionados, as ideias geradas e as respostas obtidas, mas esse não é um processo linear, como ele propõe. Essas três fases podem ocorrer simultaneamente e podem se repetir durante a construção de ideias ao longo do processo inovador. Bonini e Sbragia (2011), dizem serem vantagens do *Design Thinking*:

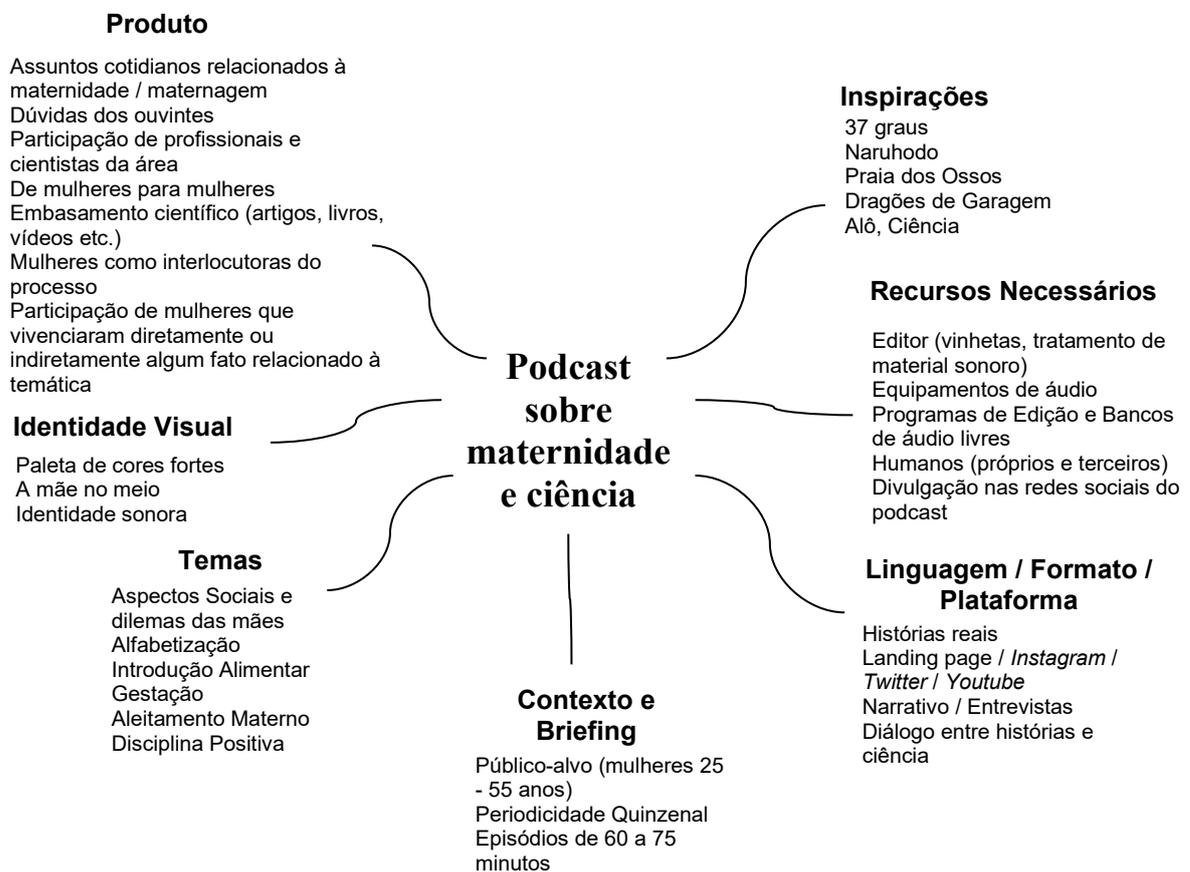
- a) O desenvolvimento de soluções criativas e, para isso, utiliza-se de metodologias de pesquisa centradas no usuário para atender aos desafios;
- b) Imersão para entender a necessidade do cliente (o Processo chave é utilizado como rápido ciclo de geração de ideias e de prototipagem, e a prática de *feedbacks* contínuos que permite que virem soluções).

Para os autores, são pontos fracos do *Design Thinking*:

- a) Problema da confidencialidade, pois o projeto inovador é aberto para que todos contribuam com ideias (coautoria);
- b) Para que as soluções sejam transformadas em valor para o negócio, é essencial que elas possuam viabilidade econômica, mercadológica e técnica.
- c) Apesar de ser um modelo facilmente integrado a outros modelos de governança, não é tão fácil de se estruturar a gestão desse modelo. Dificuldade de sistematização pelas organizações.

O *Design Thinking* (DT) proposto para o *podcast* foi construído no período de outubro a dezembro de 2020, durante um workshop ministrado aos alunos de pós-graduação da FACED. O DT foi pensado coletivamente em encontros síncronos com os colegas de turma e professores do mestrado do PPGCE, da Universidade Federal de Uberlândia, bem como individualmente. As reuniões do workshop de DT objetivaram discutir as ideias sobre o produto dos integrantes da disciplina, contribuindo diretamente no produto um do outro. Além a colaboração dos colegas de turma, os quais são de diferentes áreas, como comunicação, administração, educação e engenharia, os professores orientadores e ministrantes do curso também contribuíram amplamente na elaboração do DT do *podcast* “A mãe no meio”.

Figura 1: Design Thinking do *podcast* “A mãe no meio”



Fonte: elaboração própria.

4.2.1 Discussões sobre os resultados do *Design Thinking* do *podcast* “A mãe no meio”

As contribuições e discussões acerca dos pontos propostos pelo *Design Thinking* foram: as inspirações; os recursos necessários; a linguagem, formato e plataforma utilizados; o contexto e o *briefing*; os temas abordados e a identidade visual adotada.

As inspirações foram baseadas no modelo do *podcast* “37 graus”, que dialoga com a forma de entrevistar que apresenta em seus episódios, conversando, presencialmente, com várias pessoas e fazendo uma sobreposição com textos roteirizados pelas criadoras e apresentadoras do *podcast*, as quais narram os acontecimentos vividos por elas, no momento da entrevista.

Outra inspiração que traremos para o *podcast* ‘A mãe no meio’ é o *podcast* ‘Naruhodo’, que utiliza perguntas norteadoras para desenvolver o conteúdo de seus episódios, além da participação de especialistas que comentam e discutem sobre a temática. Finalmente, a última inspiração que traremos para o projeto se trata do *podcast* ‘Projeto Humanos’, que transforma os participantes em personagens, com vivências, características pessoais, histórias reais de pessoas reais. Os produtores deste *podcast* tornam pessoas anônimas em protagonistas das histórias contadas, e é esse elemento que traremos para o *podcast* “A mãe no meio”.

Os recursos necessários, apontados pelo DT, foram os equipamentos eletrônicos para captação de áudio e edição, incluindo os recursos online que serão utilizados nas edições, como vinhetas e efeitos sonoros. Também foram apontados os recursos humanos, sendo necessário uma equipe de design, edição e divulgação nos grupos próprios e nas redes sociais. Inicialmente, todos os recursos serão viabilizados através de recursos financeiros próprios.

A linguagem, o formato e a plataforma foram discutidos de forma a prever como esses pontos seriam desenvolvidos no *podcast* “A mãe no meio”. Segundo Ferraretto (2014, p. 65) "definir o formato de um programa significa trabalhar dentro dos parâmetros gerais de identidade de quem o produz, uma estação de rádio ou um *podcaster*". Dessa forma, é importante manter a identidade do *podcast* em todos os episódios, utilizando recursos como linguagem, formato e plataforma, mesmo que eles mudem o conteúdo ou temática. A estratégia visa que o ouvinte se lembre do estilo identitário do *podcast*. O segmento que mais se aproxima com a proposta do *podcast* “A mãe no meio” é o jornalístico. Ferraretto (2014) afirma que o segmento jornalístico pode englobar variados tipos de programas jornalísticos. No nosso caso, entende-se o jornalismo científico⁸ como sendo a escolha que guiará o desenvolvimento dos episódios.

⁸ O jornalismo científico é um tipo de divulgação científica, mas não se resume somente à veiculação de informações do universo científico e tecnológico, mas está diretamente relacionado aos interesses da coletividade.

No contexto e *Briefing* estabelecemos em conjunto o público-alvo: mulheres que são mães, com idade entre 25 e 55 anos. A periodicidade do programa será quinzenal, e a duração dos episódios será de 60 a 75 minutos. De acordo com a PODPESQUISA 2019-2020 (2020), 41% dos ouvintes afirmaram que a duração ideal de um episódio é entre uma hora e uma hora e meia, ao passo que 4,5% responderam até 30 minutos.

No quesito temas propomos algumas temáticas que poderiam ser discutidas na primeira temporada do *podcast* “A mãe no meio”, sendo elas: aleitamento materno, a temática do primeiro episódio, o piloto; gestação; aspectos sociais e dilemas das mulheres mães; disciplina positiva; alfabetização e introdução alimentar.

Na identidade visual, propomos o nome “A mãe no meio”, pois retrata uma dualidade de vertentes, reconhecendo a existência de múltiplas formas de entender o mesmo tema/assunto. A paleta de cores utilizada será composta por cores fortes, que não remeta a romantização da maternidade. A vinheta será dinâmica, divertida, rápida e que traduza uma mulher contemporânea.

4.3 MODELO DE NEGÓCIOS CANVAS DO *PODCAST* ‘A mãe no meio’

O desenvolvimento de um trabalho, em nosso entendimento, deve ultrapassar as barreiras impostas pela desigualdade social e o acesso à universidade e ao ambiente acadêmico. Ele deve ser aplicável, dentro das suas possibilidades, e retornar para a sociedade em forma de benefício ou contribuição. Por esse motivo, decidimos utilizar o modelo de negócio Canvas para viabilizar, mercadologicamente, o *podcast* “A mãe no meio”. O *Business model Canvas*, proposto por Osterwalder e Pigneur (2011), reuniu, em um modelo simples e visual, os conceitos de inovação e estratégia que um modelo de negócios requer. A ferramenta proposta por eles descreve o modelo de negócios de uma organização, como ela se organiza, como se cria, capta e entrega valor nas suas ações, baseando a sua demonstração nos princípios do *Visual Thinking*, o qual permite a discussão sobre os modelos de negócio.

Osterwalder e Pigneur (2011) dividem o quadro do Canvas em nove blocos, agrupados em quatro etapas. Aqui apresentaremos as quatro etapas, a saber: *O que*, que se refere a proposta de valor (produtos e serviços) que a empresa oferece e o que a organização faz; *Quem* e para qual segmento de clientes se destinam os produtos e serviços oferecidos, isto é, o público alvo da organização; *Como*, quais são os recursos, atividades e parcerias necessárias para oferecer o que a organização se propõe a fazer, o que a empresa faz; e *Quanto*, que são os principais custos e receitas que entram e saem da empresa. Todas essas etapas devem estar conectadas,

correlacionadas e podem ser mudadas, ou até mesmo acrescentadas ao quadro, para melhorar as atividades da organização, reduzir os custos, obter e aumentar as receitas, organizar as ideias e diferenciar-se dos concorrentes.

O Modelo de Negócio “‘Canvas’ foi proposto, concomitantemente, ao *Design Thinking*. O desenvolvimento do Canvas do podcast também contou com o auxílio dos colegas em reuniões síncronas e assíncronas na sua elaboração sendo orientado pelos professores que ministraram o curso mencionado anteriormente. Resultando no quadro preenchido, até o dado momento, podemos observar o Quadro 2:

Quadro 2 - Modelo de Negócios Canvas do *podcast* "A mãe no meio"

| | | | | |
|--|---|--|--|---|
| Parceria Principal Cientistas Agências de Fomento Universidades Contribuição Coletiva Associações; grupos de mães | Atividades Principais Respostas com fundamento científico Comunicação da Ciência Dialogar com pais e mães sobre desafios na criação dos filhos Discutir a parentalidade individual e única Roteirizar, produzir e divulgar episódios de <i>podcasts</i> | Propostas de Valor <i>Podcast</i> sobre maternidade sob as vistas da Ciência Linguagem popular sobre assuntos científicos Vivências e experiências individuais dialogam com a Ciência Real versus Ideal e divulgar episódios de <i>podcasts</i> | Relacionamento com clientes Respostas com fundamento científico Comunicação da Ciência Dialogar com pais e mães sobre desafios na criação dos filhos Discutir a parentalidade individual e única Roteirizar, produzir e divulgar <i>podcasts</i> | Segmentos de clientes Mulheres de 25 - 55 anos que são mães Gestantes e Tentantes Homens que desejam ou já são pais |
| | Recursos Principais Recursos Próprios Equipamentos e Programas de edição Parceria fixa com profissionais/instituições | | Canais Comunidades próprias nas redes sociais Anúncios pagos nas redes sociais Divulgação nas redes sociais (Instagram, Twitter e Grupos de mães no Whatsapp) Colaboração na construção dos episódios | |
| Estrutura de Custos Despesas de produção Despesas com designers Despesas com edição Equipamentos sonoros | | Fontes de Receita Monetização das plataformas Parcerias para divulgação e publicidade Assinatura de conteúdos exclusivos e apoiadores | | |

Fonte: Elaboração própria

4.3.1 Discussões e construção do Modelo de Negócio Canvas do *podcast* ‘A mãe no meio’

O primeiro bloco, o *Como*, tem como ponto as parcerias principais os cientistas; as agências de fomento às pesquisas sobre as temáticas propostas; as Universidades e os pesquisadores vinculados a elas; os profissionais da área da saúde, que vivenciam as práticas

do que é discutido na universidade; as associações, grupos e movimentos de pais e mães, ou responsáveis, que compartilham informações sobre maternidade e maternagem.

Dentre as Atividades Principais foram destacadas: a comunicação da ciência; as respostas com embasamento científico quanto aos questionamentos que os cuidadores de bebês e crianças venham a ter no exercício da sua parentalidade; o diálogo entre pais, mães e cuidadores sobre os desafios na criação dos filhos; a individualidade e parentalidade discutidas de forma a reconhecer as práticas de cada indivíduo como sendo únicas; e a roteirização, produção e divulgação de episódios de *podcast* que tratam essas temáticas.

O item sobre os recursos principais demonstra as origens dos recursos que viabilizarão o *podcast* “A mãe no meio”, sendo eles os recursos próprios da pesquisadora, destinados para aquisição de equipamentos, programas de edição e banco de músicas, bem como parcerias fixas com profissionais/instituições que desejem contribuir com o *podcast*.

O segundo bloco, ‘O que?’, visa trabalhar a proposta de valores do *podcast*. Nela ressaltamos a criação de um *podcast* sobre maternidade e maternagem, tendo em vista a ciência aplicável no dia a dia. As vivências e experiências das mulheres-mães serão abordadas nas discussões como forma de estabelecer o diálogo entre ciência e prática cotidiana.

O terceiro bloco, o ‘Para Quem?’, pontua o relacionamento com clientes, a partir do qual destacamos os principais clientes com quem nos relacionaremos, sendo eles internos e externos. A comunidade própria de seguidores e grupos dos *podcasts*, nas redes sociais, a divulgação nas mídias sociais estabelecidas pelo *podcast* (*Instagram* e *Twitter*), a colaboração dos seguidores e ouvintes do *podcast* nas redes sociais agem como suporte à interação do ouvinte com os produtores de *podcasts*. Os segmentos de clientes escolhidos como público-alvo são mulheres jovens, de 25 a 55 anos, que já são mães, também as gestantes e as “tentantes” (mulheres que desejam engravidar) e, finalmente, homens que desejam ser pais ou que já são. Por fim, os canais destacados foram os agregadores de áudio, como *Spotify*, *Google podcast*, grupos próprios no *Facebook* e em aplicativos de mensagens, como *Telegram* e grupos de terceiros, dentre outros.

O quarto e último bloco, ‘o Quanto?’, discute a estrutura de custos, na qual apontamos as despesas que teremos para a produção do *podcast*, sendo elas: as despesas de produção, designer, aluguéis ou aquisição de equipamentos sonoros e edição. Na estrutura de custos também estão descritas as possíveis fontes de receita, como a monetização das plataformas onde hospedaremos os episódios, as parcerias para divulgação de produtos e serviços durante o *podcast*, bem como assinatura e sistema e apoiadores com conteúdo exclusivo para assinantes.

5 MEMORIAL DESCRITIVO DO PRODUTO

Apresentamos neste capítulo a descrição detalhada das etapas de desenvolvimento do episódio piloto do *podcast* “A mãe no meio”. A descrição pode contribuir para que outros pesquisadores utilizem este material como um direcionamento para a utilização do *podcast* como ferramenta de disseminação e comunicação de temáticas científicas.

5.1 NOME

A criação de um nome que remetesse à maternidade foi imprescindível para que os ouvintes, e possíveis ouvintes, conseguissem identificar uma das temáticas principais do *podcast*. Para dar um aspecto divertido ao *podcast*, brincamos com o ditado popular “não coloca a mãe no meio”, muito utilizado em contextos de conflitos, quando os conflitantes, buscando ofender mutuamente, proferem xingamentos à mãe do oponente, o que, nesses casos, torna-se uma ofensa suprema, pois a figura materna está num lugar social de perfeição, como a imaculada, a intocável. Assim, o nome que criamos para o *podcast* foi “A mãe no meio”. A demarcação da palavra “mãe” no título indica sobre qual temática o *podcast* se propõe: temáticas relacionadas ao universo materno, à maternidade. A expressão “no meio” indica o envolvimento que a mãe deve e pode ter nos assuntos relacionados à maternidade, bem como indica o seu lugar nas discussões e participações nos episódios propostos. “A mãe no meio” confere um nome claro e traz a mulher para o centro das discussões sobre maternidade, haja vista que, muitas vezes, ela é excluída e invisibilizada desses debates, quando não deveria.

5.2 IDENTIDADE VISUAL

A construção da identidade visual do programa se deu durante todo o desenvolvimento do trabalho. As pesquisas com o público, as leituras bibliográficas e o levantamento de similares contribuíram para o aprimoramento de uma identidade que conferisse aproximação e relacionamento com o público que desejamos atingir. Nesse sentido, com a consultoria da designer Karina Ferreira, a proposta de utilização de cores baseadas no arquétipo do cuidador, somado ao herói, foi compilada na paleta a seguir:

Figura 2 - - Identidade visual do podcast 'A mãe no meio'



Fonte: Karina Ferreira

Partindo da paleta de cores baseadas no arquétipo cuidador e herói, elaboramos, em conjunto com a designer Karina Ferreira, a logo do *podcast*:

Figura 3 - Logo do podcast 'A mãe no meio'



Fonte: Karina Ferreira

Era necessário que a logo do *podcast* fosse representativa, mas que representasse a realidade da mulher que é mãe, e não a idealização, geralmente, romântica dessa mulher. Utilizamos o desenho da mão de uma mulher segurando um microfone, representando o poder da mulher e o seu protagonismo. As cores utilizadas no microfone demonstram as diferentes cores, formas e modos de vivenciar e ser mulher na contemporaneidade. A fonte Samba, que sinaliza pequenas ondas, dá um movimento à logo, demonstrando a mobilidade e transformação que as mulheres viveram nos últimos tempos, no sentido de reconhecimento enquanto indivíduo político e social, com vozes e opiniões, com direitos e deveres.

Figura 4 - Thumbnail do episódio piloto do podcast ‘A mãe no meio’



Fonte: elaboração própria

5.3 IDENTIDADE SONORA

O rádio, em qualquer manifestação comunicacional que ele possa ter, pretende criar uma relação de empatia com o seu ouvinte, sendo essa relação a base para identificar em outra pessoa os seus anseios psicológicos e sociológicos, colocando-se no lugar do outro para entender o seu comportamento, sendo observado em três perspectivas: pelos olhos dos outros, para ver os outros com os seus próprios olhos e pelos olhos de outrem. Para criar essa identificação com o

seu público, foi criada uma identidade sonora que demonstre a personalidade da marca (FERRARETTO, 2014, p. 44).

Optamos por dar destaque à voz na apresentação do nome do podcast, dessa forma, não produzimos vinheta introdutória com nome e áudio no background e ressaltando apenas a música na vinheta de abertura e de fechamento.

5.4 FORMATO

No episódio piloto, a predominância de entrevistas é clara, bem como é clara a narratividade que busca conectar uma entrevista à outra e compor um episódio sobre o mesmo assunto. De forma mais coloquial, a narração e discussões propostas pela locutora buscam utilizar a locução para dar abertura e conectividade ao conteúdo das entrevistas com os personagens e especialistas. Utilizaremos vinhetas de abertura e fechamento somente no início e no final, com o nome do *podcast*. Entre uma entrevista e outra, faremos somente a utilização de sons no *background*, em alguns momentos da locução narrativa, buscando um maior destaque no conteúdo de voz. As falas dos entrevistados não contarão com qualquer som no *background*. Outros materiais disponíveis na internet foram utilizados para ilustrar situações durante o episódio piloto.

O tipo de programa que utilizamos para definir o formato do episódio piloto foi o documentário. A seleção da temática “amamentação”, tratada em profundidade, demarca o piloto do *podcast* desenvolvido. Para Ferraretto (2014, p. 84), o documentário "baseia-se em uma pesquisa de dados e arquivos sonoros, reconstituindo ou analisando um fato importante. Inclui ainda recursos de sonoplastia, envolvendo montagens e a elaboração de um roteiro prévio", como o que elaboramos e demonstraremos a seguir.

6 EPISÓDIO PILOTO

6.1 PRIMEIRO PASSO

Briefing

Título Provisório: Decidi amamentar, e agora?

Duração prevista: 1:10 minutos

Listagem de informações necessárias:

Recomendação da Organização Mundial da Saúde (OMS)

Dúvidas comuns sobre amamentação

Média de tempo de aleitamento materno no Brasil e no Mundo

Fatores que influenciam as taxas de amamentação

Consultoria de amamentação: práticas e mercado

O papel da mulher no processo da amamentação e a culpa materna

Os bancos de leite no Brasil e a sua importância para a sociedade no apoio à amamentação

Esboço do conteúdo, indicando os pontos principais a ser explorados:

Os pontos principais a serem explorados partem primeiramente das principais recomendações dos órgãos de saúde sobre o tempo indicado para amamentação, os benefícios para a mulher que amamenta, para os bebês que são amamentados, e recomendações para uma amamentação tranquila e saudável. Fizemos uma pesquisa no buscador *Google* e nas redes sociais sobre as principais dúvidas sobre amamentação para dialogar com as recomendações anteriores e as entrevistas realizadas com as mães e as profissionais de saúde.

Apresentamos índices como tempo médio de amamentação entre o Brasil e no mundo, trazendo algumas curiosidades sobre as influências culturais e sociais que impactam nessa realidade. As entrevistas realizadas fizeram a conexão com o conteúdo científico, contribuindo para a construção da narrativa baseada nas vivências e realidades expostas pelas entrevistadas.

Possíveis entrevistados e fontes de referência

Tatiane Oliveira: mãe da Sophie, de 1 ano e 1 mês. Mora na Espanha com o seu parceiro Vinícius. Cuida de sua filha de modo integral.

Amanda Oliveira Moura: Formação em Psicologia pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Pós-graduação em Análise Transacional reconhecida pela União Nacional dos Analistas Transacionais (UNAT) formada na Faculdade JK. Trabalha atualmente como Psicóloga Clínica. Psicóloga especializada no atendimento de mulheres, mães, puérperas e mães em luto.

Débora Pereira Capilheira: Dentista e professora. Mãe de um menino, o Benício, de 3 anos. Ela amamenta o seu filho e não tem planos para o desmame. Consultora de amamentação pós-parto

e Consultora para gestantes. Atua há dois anos como consultora, já realizou, em todo o Brasil, atendimento a mulheres que necessitavam de consultoria de amamentação.

Mônica Camargo Sopelete: Professora de Imunologia, da Universidade Federal de Uberlândia. É graduada em Medicina Veterinária pela Universidade Estadual de São Paulo (UNESP), com mestrado e doutorado em Imunologia e Parasitologia Aplicadas pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Possui experiência em Imunologia, com ênfase em Alergia. É coordenadora de projetos concluídos e em andamento de popularização da ciência e divulgação científica realizadas através de *podcasts*, vídeos e blogs sobre imunologia do leite materno (Imunocast), alergia respiratória e alimentar (Alergocast) e nutrição esportiva (Na trilha do exercício físico) e imunização.

Carol Freitas: Consultora de amamentação, do pré-natal ao desmame. Atua como consultora há dois anos, é formada em Enfermagem pela Universidade Federal do Triângulo Mineiro (UFTM), Mestre em Atenção à Saúde pelo Programa de Pós-graduação em Atenção à Saúde da UFTM (PPGAS/UFTM). Especialista em UTI Geral e Gestão do Cuidado ao Paciente Crítico. Especializada em Pedagogia Universitária pela UFTM. Consultora em Amamentação pela Mame Bem e laserterapeuta pela CoMaterna. Docente na Universidade de Uberaba, consultora em amamentação, fundadora e administradora da Empresa Caroline Freitas - Consultoria em Aleitamento Materno, e consultora em amamentação integrante da Equipe Abayomi - Apoio à Maternidade.

Cronograma de produção do podcast

O cronograma de produção foi subdividido em três etapas: a primeira, a pré-produção, foi o momento quando formulamos as pautas com as perguntas a serem feitas para os entrevistados, bem como definimos os perfis das pessoas que queríamos entrevistar. Nesta etapa também fizemos buscas na internet, das perguntas mais recorrentes sobre a temática abordada. Estruturamos o *Briefing* com conteúdo sobre amamentação retirado de artigos, reportagens e vídeos já produzidos para complementar, dialogar ou ilustrar a narrativa proposta.

A segunda etapa teve foco na gravação das entrevistas e da narrativa e na seleção dos áudios de *background* (BGS) utilizados para compor o episódio. A terceira etapa constituiu na junção de todo o material próprio e de terceiros, como na utilização dos BGS e dos áudios narrativos e das entrevistas realizadas, organizados em um cronograma que possibilitasse um

fluxo criativo onde um material dialogasse com o outro. Elaboramos o cronograma conforme o Quadro 3:

Quadro 3 - Cronograma de atividades

| Ações | 2021 | | | 2022 | | | | |
|--|------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|
| | Out | Nov | Dez | Jan | Fev | Mar | Abr | Mai |
| Elaboração de Pauta das entrevistas | | | | | | | | |
| Gravação das entrevistas | | | | | | | | |
| Pesquisas de materiais sobre a temática para compor o piloto | | | | | | | | |
| Elaboração de <i>Briefing</i> do episódio piloto | | | | | | | | |
| Elaboração do Roteiro do episódio piloto | | | | | | | | |
| Preparação de <i>backgrounds</i> do episódio piloto | | | | | | | | |
| Edição do <i>podcast</i> | | | | | | | | |
| Orientação e ajustes do <i>podcast</i> | | | | | | | | |
| Criação de artes e legendas de divulgação do episódio piloto | | | | | | | | |
| Disponibilização em plataforma de áudio | | | | | | | | |
| Revisão do Relatório de Defesa | | | | | | | | |
| Entrega do Relatório de Defesa | | | | | | | | |
| Defesa de Mestrado | | | | | | | | |

Fonte: Elaboração Própria

6.2 SEGUNDO PASSO

Pesquisa bibliográfica e Pesquisa documental

Os artigos utilizados para compor o roteiro narrativo foram os seguintes:

Bancos de Leite Humano e o Brasil

[A importância do Banco de Leite Humano \(BLH\) \(fadc.org.br\)](http://fadc.org.br)

A mulher brasileira contemporânea e a maternidade da culpa

[Fabiana de Souza Halasi.pdf \(pucsp.br\)](http://pucsp.br)

Pesquisa audiovisual

Para complementar as histórias utilizamos trechos de entrevistas e memes que dialogassem com a discussão proposta no episódio:

Meme dos mamilos polêmicos

[Meme Assunto Muito Polêmico Mamilos - YouTube](#)

Vídeo da Luana Piovani criticando a representação falsa da maternidade por foto postada por Thaila Ayala

https://www.youtube.com/watch?v=xKZIFt_opJ8

Elisama Santos discute a imagem da mãe ideal, a culpa materna e a mãe possível

[A mãe ideal e a mãe possível - YouTube](#)

Notícias brasileiras em que a amamentação em público gerou debates

[Veja "mamaço" feito em defesa da amamentação em local público - YouTube](#)

Mulheres de Lages reagem ao preconceito de amamentar em público

[Mulheres de Lages reagem ao preconceito de amamentar em público - YouTube](#)

Vídeo irônico sobre amamentação - Mãe Possível

[Amamentação em público e diversas reações | Mãe Possível | Hel Mother - YouTube](#)

Entrevistas realizadas exclusivamente para o episódio piloto

Trechos das entrevistas com a Amanda Moura, Mônica Sopelete, Carol Freitas e Débora Capilheira,

6.3 TERCEIRO PASSO

Tratamento Monográfico

O episódio piloto focou na participação de mulheres que de alguma forma estavam envolvidas com a amamentação, através de suas vivências, atuação profissional ou em ambos os casos, como a entrevistada Débora Capilheira, que contou sobre o seu relato como mãe e sobre o seu trabalho como consultora de amamentação

Valoração dos elementos

Os elementos se diferenciam e se complementam por abordar as diferentes práticas sobre o mesmo assunto. A vivência de uma mulher que amamenta o filho por mais de dois anos, a psicologia por trás do processo de escolha e continuidade no ato de amamentar, a imunologia e os benefícios do leite materno para a mãe e para o bebê, os desafios enfrentados pelas mães que decidem amamentar e os impactos sociais que essa escolha causa na vida da mulher mãe.

A definição de unidades gerais que compõem o episódio piloto proposta, parte da entrevista da Débora, a sua vivência, posteriormente o relato de Tatiane, que embora viva em outro país, inserida em um ambiente culturalmente diferente, teve dificuldades na amamentação e conseguiu superar, esses dois relatos iniciarão o debate que acarretará as outras falas das profissionais especialistas e as discussões propostas pela locução narrativa. Posteriormente temos as falas da Mônica, Imunologista, a Amanda, Psicóloga perinatal e finalmente a Carol, Consultora de amamentação.

6.4 QUARTO PASSO

A estrutura narrativa para produção do episódio piloto considerou uma das possibilidades propostas por Ferraretto (2014) para a produção de um documentário: a utilização da técnica de contraponto. Ferraretto (2014, p.263) define "a técnica de contraponto em que duas ou mais linhas de condução se intercalam". Fizemos essa intercalação com dados científicos, entrevistas

com especialistas, materiais jornalísticos e cotidianos da mídia atual que contextualizam os assuntos abordados no episódio piloto.

Em termos de estética e linguagem, optamos por acompanhar o que o texto indica na narrativa.

6.5 ROTEIRO

Utilizamos para a nossa produção o roteiro em uma coluna, mais recomendado para documentários e programas especiais, ele é considerado herdeiro direto de roteiros teatrais e cinemáticas. Para o roteiro do episódio piloto do podcast esse formato se mostrou útil e prático para estruturar os áudios de locuções, as entrevistas e os elementos selecionados para dialogar com esses materiais. O roteiro deve apresentar informações de locução, áudio ou apresentação para os sonoplastas estruturarem o arquivo final no editor de áudio (FERRARETTO, 2014). Em busca de diferenciações, utilizou-se da convenção da utilização de letras maiúsculas, minúsculas e em negrito, e além de indicar os números dos arquivos, descrevemos as locuções para que ficasse mais claro aos leitores deste relatório de produção do episódio piloto, como podemos observar no Quadro 4 a seguir:

Quadro 4 – Roteiro do episódio piloto do podcast “a mãe no meio”

| | |
|---|---|
| EPISODIO: PILOTO NOME DO EPISÓDIO: DECIDI AMAMENTAR, E AGORA? NARRADORA: ROSANGELA GOMES DANIEL RETRANCA: DESAFIOS E MOTIVAÇÕES NA ESCOLHA DE AMAMENTAR TEMPO: 1:05:25 | |
| Locução | AUDIO INTRODUÇÃO |
| TÉCNICA | AUDIO 1 - MAMILOS POLEMICOS |
| TÉCNICA | EFEITO1- VOLTA |
| Locução | LOC 1 - CALMA, CALMA, CALMA, CALMA / NÃO É EXATAMENTE ESSE O ASSUNTO DESTE PODCAST, HOJE, VAMOS FALAR SOBRE UM ASSUNTO TÃO POLÊMICO QUANTO O MAMILO: A AMAMENTAÇÃO // |
| TÉCNICA | RODA VINHETA 5”ABERTURA A MAE NO MEIO E CORTA |
| TÉCNICA | SOBE BG 3” E VAI A BG |
| Locução | LOC 2 - SÓ QUEM ESCOLHEU AMAMENTAR SABE O QUANTO ISSO DEMANDA DA GENTE// SÃO NOITES EM CLARO EM PROL DA LIVRE DEMANDA, MAMILOS RACHADOS, DOLORIDOS E ATÉ SANGRANDO, VAZAMENTOS QUE NÃO AVISAM QUANDO VÃO COMEÇAR, UM PEITO MAIOR QUE O OUTRO, A SEDE QUE NÃO TEM MAIS FIM, AS |

| | |
|-------------------|--|
| | <p>DORES QUE O EMPEDRAMENTO PODE CAUSAR// FRENTE A ESSES TANTOS OUTROS DESAFIOS/ POR QUE ALGUEM ESCOLHE AMAMENTAR? BEM, FOI ESSA DÚVIDA QUE ME INQUIETOU E ME FEZ IR ATRAS DAS MOTIVAÇÕES QUE LEVAM AS MULHERES A AMAMENTAR, E MAIS, AMAMENTAR POR UM TEMPO PROLONGADO.</p> |
| TÉCNICA | AUDIO 2 - ILUMINATTI CONFIRMED (COMBO 2 47'') CORTA AUDIO E SOBE BG, RODA 3'', DESCE BG |
| Locução | LOC3 - NÃO TEM COMO FALAR SOBRE AMAMENTAÇÃO SEM FALAR COM MULHERES QUE AMAMENTARAM, ISSO É UM FATO, ENTÃO EU CONVERSEI COM MULHERES QUE DECIDIRAM AMAMENTAR SEUS FILHOS E FOI ASSIM QUE EU CONHECI DÉBORA CAPILHEIRA / A DÉBORA É DENTISTA E MORA NO SUL DO BRASIL. ELA ME CONTOU QUE TEVE A SUA VIDA TRANSFORMADA PELA AMAMENTAÇÃO |
| TÉCNICA | CORTA BG AUDIO 2 |
| ENTREVISTA | AUDIO 3 - PARTE 1 ENTREVISTA DEBORA 02:12 EU SOU... - 02:52 MESMA ESCOLA |
| Locução | LOC4 - A DÉBORA PASSOU POR ALGUNS DESAFIOS NA AMAMENTAÇÃO / QUE TRANSFORMARAM NÃO SÓ A RELAÇÃO DELA COM O FILHO DURANTE A AMAMENTAÇÃO COMO TAMBÉM A SUA CARREIRA PROFISSIONAL. |
| ENTREVISTA | AUDIO 4 - PARTE 2 ENTREVISTA DEBORA 03:48 - 04:47 |
| TÉCNICA | SOBE BG 3'' E VAI A BG |
| Locução | LOC6 - A DÉBORA, TEM RAZÃO, UMA PROFISSIONAL ESPECIALIZADA EM AMAMENTAÇÃO ENTENDERIA RAPIDAMENTE O QUE ELA E O BENÍCIO PASSAVAM. A CONSULTORIA ESPECIALIZADA EM AMAMENTAÇÃO É UM SERVIÇO RELATIVAMENTE NOVO NO BRASIL. NO PASSADO AS MULHERES TINHAM O APOIO DAS PARTEIRAS QUE OFERECIA AUXÍLIO TANTO PARA O BEBÊ RECEM NASCIDO QUANTO PARA A MÃE QUE DEU A LUZ. HOJE PODEMOS ENCONTRAR PROFISSIONAIS COMO A CONSULTORA DE AMAMENTAÇÃO QUE OFERECE O ATENDIMENTO COM FOCO NA PREPARAÇÃO PARA A AMAMENTAÇÃO OU POR DEMANDA QUANDO SURGE ALGUMA DIFICULDADE DA MÃE QUE DESEJA AMAMENTAR, A CAROL FREITAS, É UMA ENFERMEIRA QUE SE ESPECIALIZOU EM AMAMENTAÇÃO, ELA ATUA COMO CONSULTORA HÁ TRÊS ANOS NA CIDADE DE UBERABA, INTERIOR DE MINAS GERAIS, ONDE FOI UMA DAS PRIMEIRAS PROFISSIONAIS ATUANTE NO ATENDIMENTO EM AMAMENTAÇÃO. |
| ENTREVISTA | AUDIO 05 PARTE 1 ENTREVISTA CAROL 15:16 A 18:32 |
| Locução | LOC6 - ESSE ACOMPANHAMENTO PROFISSIONAL É UMA DAS FORMAS DE AUTOCUIDADO QUE A MULHER PRECISA CONTAR NO POS PARTO. ELA NÃO PRECISA SEGURAR TODA ESSA RESPONSABILIDADE SOZINHA, A SUA REDE DE APOIO PODE SER AMPLIADA PARA ALEM DOS FAMILIARES, ELA PODE SER |

| | |
|-------------------|---|
| | COMPOSTA TAMBEM POR PROFISSIONAIS DA SAUDE. UM FATO QUE SEQUER PASSOU PELA CABEÇA DA DÉBORA ENQUANTO ELA PASSAVA POR DESAFIOS PARA AMAMENTAR O BENÍCIO. |
| ENTREVISTA | AUDIO 06 PARTE 3 ENTREVISTA DEBORA 05:00 A 07:16 |
| Locução | LOC22 - A CAROL, CONSULTORA DE AMAMENTAÇÃO ACREDITA QUE O ATO DE AMAMENTAR NÃO É UMA ATIVIDADE ÚNICA DA MÃE, TODOS OS QUE ESTÃO NO ENTORNO DESSA MULHER PODEM AJUDAR E AUXILIAR NUMA AMAMENTAÇÃO MAIS LEVE. |
| TÉCNICA | AUDIO 24 PARTE 4 ENTREVISTA COM CAROL 49:18 A 01:00:48 |
| Locução | LOC77 - NA GESTAÇÃO/ HÁ SEMPRE UMA GRANDE PREOCUPAÇÃO COM O PARTO/ E A AMAMENTAÇÃO NEM SEMPRE GANHA A MESMA ATENÇÃO//. A REPRESENTAÇÃO DESSAS ETAPAS PELA MÍDIA PODE SER UMA EXPLICAÇÃO PARA ESSE FENOMENO. O PARTO É REPRESENTADO AOS BERROS E COM MUITO SUOR E DOR E A AMAMENTAÇÃO SEMPRE COM A MÃE INTACTA, ATÉ MAQUIADA AMAMENTANDO O SEU BEBÊ. RECENTEMENTE UMA FOTO POSTADA DE UMA ATRIZ GEROU DEBATE E CRÍTICAS DE OUTRAS MULHERES |
| TÉCNICA | AUDIO 7 - CRITICA LUANA PIOVANI A THAYLA |
| Locução | LOC7 - COM A DÉBORA NÃO FOI MUITO DIFERENTE |
| ENTREVISTA | AUDIO 8 - PARTE 3 ENTREVISTA DEBORA 08:09 a 09:49 |
| Locução | LOC 8A - A TATIANE OLIVEIRA É MÃE DA SOPHIE, ELA TEM 37 ANOS E MORA NA ESPANHA DESDE O INÍCIO DA SUA GRAVIDEZ. HOJE ELA CUIDA DA SOPHIE EM TEMPO INTEGRAL, ESTANDO EM UM PAÍS DIFERENTE, O APOIO NA AMAMENTAÇÃO QUE ELA PODERIA TER ALÉM DO SEU COMPANHEIRO, SERIA O DAS ENFERMEIRAS. MAS NÃO FOI BEM ASSIM O QUE ACONTECEU |
| ENTREVISTA | AUDIO8A ENTREVISTA COM TATI |
| Locução | A TATIANE, BATALHOU PARA AMAMENTAR E NÃO PRETENDE UTILIZAR A MAMADEIRA PARA ALIMENTAR A SOPHIE. COM O AUXÍLIO DAS PROFISSIONAIS DE SAÚDE ELA CONSEGUIU AMAMENTAR SUA FILHA. |
| ENTREVISTA | AUDIO8B ENTREVISTA COM TATI |
| TÉCNICA | SOBE BG 3” E VAI A BG |
| Locução | LOC8 - CONSEGUIR TRANSFORMAR E RESSIGNIFICAR A AMAMENTAÇÃO, MESMO QUE TENHA ALGUNS DESAFIOS NO INÍCIO FOI UM FEITO QUE A DÉBORA E A TATIANE CONSEGUIRAM, COM O APOIO NECESSÁRIO, E QUE PROPORCIONOU A ELAS LEVAREM A AMAMENTAÇÃO DOS SEUS FILHOS ADIANTE. MAS NEM TODA MULHER CONSEGUE REVERTER UMA SITUAÇÃO NEGATIVA DURANTE SUA EXPERIENCIA NA AMAMENTAÇÃO. A MONICA SOPELLETTE, ESPECIALISTA EM IMUNOLOGIA, DURANTE A SUA |

| | |
|-------------------|---|
| | CARREIRA E PESQUISAS SOBRE A TEMÁTICA PERCEBE UM AVANÇO NOS APOIOS DADOS PARA AS MULHERES NOS DIAS ATUAIS. |
| ENTREVISTA | AUDIO 9 - PARTE 1 ENTREVISTA COM MONICA 00:00:16 - 00:02:18 |
| TÉCNICA | SOBE BG, RODA 3", VAI A BG |
| Locução | LOC9 - O BRASIL É REFERÊNCIA MUNDIAL QUANDO O ASSUNTO É AMAMENTAÇÃO, // O PAÍS TEM A MAIOR E MAIS COMPLEXA REDE DE BANCOS DE LEITE HUMANO DO MUNDO// OS DADOS SÃO DA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAUDE. ATUALMENTE/ SÃO 225 BANCOS DE LEITE HUMANO EM TODOS OS ESTADOS DO PAÍS, SENDO QUE ALGUNS CONTAM ATÉ COM A COLETA DOMICILIAR// NESSES CASOS/ FUNCIONÁRIOS DO BANCO VÃO ATÉ A CASA DA DOADORA BUSCAR O LEITE MATERNO. DENTRE AS ATIVIDADES DE COLETA, O BANCO TAMBÉM FAZ UM TRABALHO DE PROCESSAMENTO E DISTRIBUIÇÃO DE LEITE HUMANO PARA BEBÊS PREMATUROS E DE BAIXO PESO// ATUA TAMBÉM NA INFORMAÇÃO, ORIENTAÇÃO, PROMOÇÃO E APOIO À AMAMENTAÇÃO. A IMUNOLOGISTA MONICA CONHECEU DE PERTO O TRABALHO DE BANCOS DE LEITE EM UBERLANDIA E EM RIBEIRAO PRETO |
| TÉCNICA | CORTA BG |
| ENTREVISTA | AUDIO 10 PARTE 2 ENTREVISTA COM MONICA 05:04 A 07:48 |
| TÉCNICA | SOBE BG 3" E VAI A BG |
| Locução | LOC10 - EMBORA OS MAPEAMENTOS E ESTUDOS NACIONAIS SOBRE ALIMENTAÇÃO E NUTRIÇÃO INFANTIL DEMONSTREM UMA MELHORA NOS INDICADORES DE ALEITAMENTO MATERNO NO BRASIL, A PREVALÊNCIA DE MÃES QUE AMAMENTAM ATÉ OS SEIS MESES DE VIDA DO BEBÊ CAI PARA QUARENTA E CINCO POR CENTO. O APOIO DE POLÍTICAS PUBLICAS QUE AUXILIAM ESSE MULHER NA CONTINUAÇÃO PODE SER UMA EXPLICAÇÃO PARA ESSE AUMENTO PROGRESSIVO DE MULHERES QUE AMAMENTAM ATÉ OS 4 MESES DE VIDA DOS SEUS FILHOS. ATUALMENTE NO BRASIL A LICENÇA MATERNIDADE É DE 120 DIAS NO CASO DE PARTO OU ADOÇÃO. A EMPRESA QUE ADERE AO PROGRAMA EMPRESA CIDADÃ TEM ESSE PERÍODO ESTENDIDO PARA 180 DIAS EM CASOS DE PARTO. ALÉM DE TER LICENÇA DO TRABALHO A MULHER QUE DECIDE AMAMENTAR TEM OUTROS DESAFIOS, ESSES DESAFIOS QUE SÃO DEMANDAS COMUNS NOS BANCOS DE LEITE. A IMUNOLOGISTA MONICA PRESENCIOU UMA SITUAÇÃO QUE A MARCOU |
| ENTREVISTA | AUDIO 11 PARTE 3 ENTREVISTA COM MONICA 08:03 A 10:48 |
| Locução | LOC11 - O PODER DE ESCOLHA QUE TODA MULHER TEM QUANTO A ASSUNTOS RELACIONADOS À SUA FORMA DE MATERNAR VEM COM CONSEQUENCIAS SOCIAIS E PSICOLOGICAS. FREQUENTEMENTE MANIFESTAÇÕES SAO REALIZADAS EM TODO O PAÍS MOTIVADAS POR ALGUM CONSTRANGIMENTO QUE UMA MÃE |

| | |
|-------------------|---|
| | SOFRE QUANDO TENTA AMAMENTAR O SEU FILHO EM UM ESPAÇO PÚBLICO |
| TÉCNICA | AUDIO 12 COMPILADO DE NOTÍCIAS SOBRE HOSTILIZAÇÃO DE MULHERES ENQUANTO AMAMENTAVAM SEUS FILHOS - |
| Locução | LOC 12 - REFLEXOES SOBRE PRECONCEITOS, AMAMENTACAO E SEXUALIZAÇÃO DOS SEIOS (LIVRE) QUEM NUNCA PASSOU POR UMA SITUAÇÃO COMO ESSA: |
| Locução | AUDIO 14 - AUDIO COMICO MAE POSSIVEL |
| TÉCNICA | AUDIO 15 - SOBRE BG EFEITO PI- DESCE BG |
| Locução | LOC13 - E NÃO, ISSO NÃO MUITO LONGE DA NOSSA REALIDADE. MUITO MAIS QUE UM ESTADO PSICOLOGICO QUE INFLUENCIA A DECISÃO DE AMAMENTAR, FATORES SOCIAIS, ECONOMICOS E CULTURAIS ATRAVESSAM A ESCOLHA DA MULHER. |
| Locução | LOC14 - A IMUNOLOGISTA MONICA / ENTENDE OS DESAFIOS SOCIAIS QUE IMPACTAM DIRETAMENTE DA ESCOLHA DA MULHER QUE DESEJA AMAMENTAR / E A QUE ABRE MÃO DA AMAMENTAÇÃO / MUITAS VEZES, SEM TER A DIMENSÃO DAS CONSEQUENCIAS DA SUA ESCOLHA // |
| ENTREVISTA | AUDIO 17 - PARTE 4 ENTREVISTA COM MONICA 13:19 A 14:04 |
| Locução | LOC15 - A IMUNOLOGISTA MONICA RECONHECE A IMPORTANCIA DA AMAMENTAÇÃO PARA O SISTEMA IMUNOLOGICO DO BEBÊ, EMBORA ELA EXPLIQUE QUE NADA É DETERMINANTE QUANDO O ASSUNTO É O CORPO HUMANO. // |
| TÉCNICA | AUDIO 18 - PARTE 5 ENTREVISTA COM MONICA 22:46 A 27:18 |
| TÉCNICA | AUDIO 19 - BG SOBE, RODA 3”, VAI A BG |
| Locução | LOC17 - OS BENEFÍCIOS DA AMAMENTAÇÃO PARA O CORPO DO BEBÊ E PARA A MÃE SÃO INEGÁVEIS. MESMO ASSIM, ALGUMAS MULHERES DECIDEM NÃO AMAMENTAR // PARA ALEM DOS BENEFÍCIOS BIOLÓGICOS EXISTEM DESAFIOS PESSOAIS, SOCIAIS, PSICOLÓGICAS E EMOCIONAIS. EU CONVIDEI A AMANDA MOURA, MÃE DO DAVI E PSICÓLOGA ESPECIALIZADA EM ASSUNTOS MATERNOS, A SUA CARREIRA NA PSICOLOGIA TAMBÉM É DETERMINADA PELA MATERNIDADE NA VIDA DA AMANDA. |
| TÉCNICA | CORTA BG |
| ENTREVISTA | AUDIO 20 - PARTE 1 ENTREVISTA COM AMANDA 01:31 A 05:02 |
| TÉCNICA | SOBE BG 3” E VAI A BG |
| Locução | LOC18 - ESSA ESTREIA COMO MAE VEM TAMBÉM COM DADO LUTO. UM LUTO DA IDEALIZAÇÃO DA MATERNIDADE, DO PARTO QUE PODE NÃO SER COMO A MÃE PLANEJOU, UM LUTO DA IDEALIZAÇÃO DE UM BEBÊ COM O QUAL ELA PODE TER SONHADO E SER COMPLETAMENTE DIFERENTE DO QUE HAVIA IMAGINADO, |

| | |
|-------------------|--|
| | UM LUTO DA MULHER QUE DEIXA DE EXISTIR TAL QUAL ERA ANTES DE SE TORNAR MÃE// AS COBRANÇAS, AS CULPAS. A PARTIR DAQUELE MOMENTO, ELA NÃO SERÁ A MESMA QUE ANTES, NADA SERÁ COMO ERA ANTES. EXISTE ALGUMA FORMA DE SE PREPARAR PARA ISSO? ALGUM CURSO PARA MÃES ABORDA ESSE ASSUNTO? A PERDA E A RECUPERAÇÃO DE SI MESMA EXISTEM? QUAL É O IMPACTO DISSO NA DECISÃO DE AMAMENTAR, NÃO AMAMENTAR OU POR QUANTO TEMPO AMAMENTAR // A PSICOLOGA AMANDA EXPLICA QUE EXISTEM AÇÕES QUE PODEM SER TOMADAS PARA LIDAR MELHOR COM TODA ESSA COMPLEXIDADE// |
| ENTREVISTA | AUDIO 21 - PARTE 2 ENTREVISTA COM AMANDA 07:31 A 10:31 NINGUEM NASCE |
| Locução | LOC19 - OS ÍNDICES CHAMAM A ATENÇÃO: MAIS DE VINTE E CINCO POR CENTO DAS MÃES NO BRASIL APRESENTAM SINTOMAS DE DEPRESSÃO POS PARTO, SEGUNDO O ESTUDO NASCER BRASIL, REALIZADO EM 2012 PELA FIOCRUZ. A PSICÓLOGA AMANDA EXPLICA QUE HÁ CUIDADOS QUE PRECISAM SER TOMADOS POR TODAS AS MÃES PARA EVITAR CAIR NO LIMBO DEPRESSIVO PÓS MATERNO// |
| ENTREVISTA | AUDIO 22 - PARTE 3 ENTREVISTA COM AMANDA 11:17 A 15:18 EXISTEM ALGUNS CUIDADOS |
| TÉCNICA | SOBE BG 3” E VAI A BG |
| Locução | LOC20 - O SOFRIMENTO, A DOAÇÃO / O AMOR E A CULPA MATERNOS. POR QUE ESSA IDEALIZAÇÃO COLOCAM AS MULHERES MÃES NESSE LUGAR DE SOFRIMENTO? UMA MATERNIDADE IDEALIZADA E ROMANTIZADA QUE REGE AS VIDAS DE MULHERES E DETERMINA COMO ELAS DEVEM VIVER E CRIAR OS SEUS FILHOS, COMO CHEGAMOS NESSE LUGAR? FOI ASSIM QUE EU CHEGUEI NO CONCEITO DA MAE IDEAL DA ELISAMA SANTOS, UMA EDUCADORA PARENTAL QUE CRIA CONTEUDO RELACIONADO A PARENTALIDADE NAS REDES SOCIAIS |
| TÉCNICA | AUDIO 23 - PARTE DA ENTREVISTA DA ELISAMA SOBRE MÃE IDEAL |
| TÉCNICA | SOBE BG 3” E VAI A BG |
| Locução | LOC23 - A MÃE DITA IDEAL SABE TUDO E NÃO ERRA NUNCA, SEU FILHO ESTÁ IMPECÁVEL E ELA SEM NENHUMA OLHEIRA, É QUASE QUE INSTINTIVO: É COMO SE QUISESSEM NOS CONVENCER QUE TODA MULHER NASCE SABENDO COMO ELA DEVE AGIR PARA SER CONSIDERADA UMA BOA MÃE, MAS E AI? QUEM DETERMINOU O QUE É SER UMA BOA OU UMA MÁ MÃE? POR QUE ISSO ESTÁ CAUSANDO SOFRIMENTO E INADEQUAÇÃO EM MULHERES QUE NÃO ATENDEM A ESSE PADRÃO? ESSAS MULHERES NÃO DEVERIAM VIVENCIAR UMA MATERNIDADE ÚNICA, A SUA MATERNIDADE, DE ACORDO COM A PERSONALIDADE DE CADA UMA, LIVRE DE QUALQUER PADRÃO OU CULPA? QUEM REALMENTE ESTÁ EXERCENDO A MATERNIDADE, É A MÃE? ESSES SÃO QUESTIONAMENTOS QUE DEIXO ABERTOS PARA REFLETIRMOS |

| | |
|----------------|--|
| | SOBRE O NOSSO LUGAR ENQUANTO MULHER DONA DA PRÓPRIA MATERNIDADE, SEM TUTELAS, EM BUSCA DA EMANCIPAÇÃO. |
| TÉCNICA | RODA VINHETA 5”FECHAMENTO A MAE NO MEIO E VAI A BG |
| Locução | LOC24 - ACHOU INTERESSANTE O NOSSO DEBATE SOBRE AMAMENTAÇÃO E ACHA QUE PODE AJUDAR ALGUÉM? COMPARTILHE O NOSSO PODCAST NAS SUAS REDES SOCIAIS E ACOMPANHE MAIS CONTEÚDOS NA NOSSA PÁGINA NO INSTAGRAM @AMAENOMEIO. TE ENCONTRO NO PRÓXIMO EPISÓDIO, ATÉ MAIS// |
| TÉCNICA | DESCE BG 5” E CORTA |

Fonte: elaboração própria

6.6 LINHA EDITORIAL DO PODCAST

O *podcast* 'A mãe no meio' abordará assuntos relacionados à maternidade fundamentando-se na ciência que está em torno da temática. A participação de especialistas, profissionais ou pesquisadores será imprescindível durante o episódio piloto e os episódios subsequentes. O nicho que se deseja atingir é o de pessoas que se interessem por maternidade e parentalidade fundamentada pela ciência.

Neste sentido, o episódio piloto buscou dialogar com mulheres que vivenciaram ou tem a amamentação como objeto de estudo ou trabalho, de forma que a temática científica fizesse um debate com a vivência dessas mulheres. As entrevistadas especialistas trouxeram muito das suas vivências para a entrevista, além de contribuírem com o conteúdo científico sobre a temática, dando maior humanidade ao que se apresentava. Há uma discussão sobre os desafios da mulher que deseja amamentar, os benefícios que a amamentação oferece o bebê e à mãe, os dilemas sociais que a amamentação traz para a mulher enquanto indivíduo e enquanto cidadã.

6.7 HOSPEDAGEM

O episódio será disponibilizado na plataforma Anchor FM, uma ferramenta gratuita para criadores iniciantes de *podcasts*, que os distribui para os principais *streamings* de música como: *Spotify*, *Google Podcasts*, *Deezer*, *Breaker* e *Radio Public*.

Figura 5 - QRcode do episódio piloto



Fonte: Elaboração própria

6.8 CUSTOS

Para que o episódio piloto fosse produzido e gravado utilizamos ferramentas gratuitas ou que já tínhamos disponíveis, minimizando os custos envolvidos em todas as etapas. A escrita do trabalho e do roteiro gravado foi feita em um notebook Samsung pessoal; nele continha programas de edição de áudio como o *Adobe Audition* e Photoshop para criação de artes e edição de imagens, além de possibilitar o acesso ao banco de áudio gratuito do *Youtube Studio* e o Canva, que embora seja a versão premium, ela foi disponibilizada de forma gratuita na versão para estudantes. Adquirimos um microfone profissional para termos a liberdade de gravar entrevistas fora de um estúdio, dando maior flexibilidade a entrevistas em diferentes ambientes. Além disso, uma contribuição de uma designer foi feita de forma voluntária, uma vez que ela se dispôs a auxiliar este *podcast* e contribuiu com a logo que utilizamos. Também assinamos um pacote na ferramenta Transkriptor para auxiliar na transcrição das entrevistas. Dessa forma, os custos foram:

Quadro 5 - Custos de produção do Podcast A mãe no meio

| Item | Custo em Reais |
|---------------------------|----------------|
| Microfone Blue Yeti X | 1000,00 |
| Assinatura Transcriptor | 100,00 |
| Contribuição com designer | 100,00 |
| Total | 1200,00 |

Fonte: Elaboração Própria

Consideramos esses custos de investimentos para proporcionar uma qualidade de áudio satisfatória nos episódios seguintes e estratégia visual da marca do *podcast* nas redes sociais.

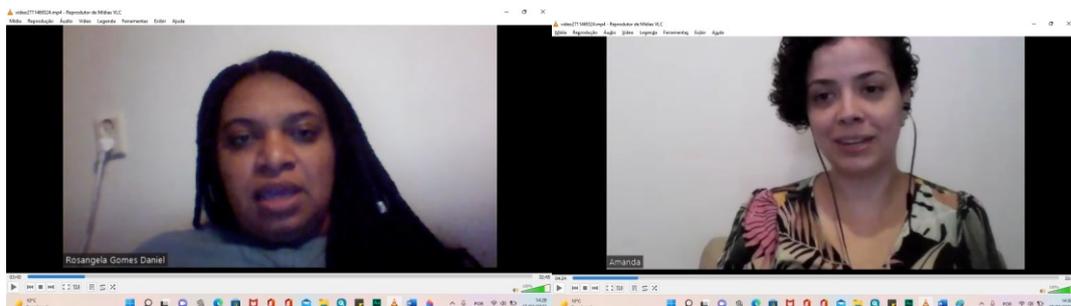
7 RELATÓRIO DE DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO

Neste capítulo será apresentado todo o percurso que percorremos para que o episódio piloto do podcast fosse criado e disponibilizado nas plataformas de compartilhamento de áudio na internet.

Foi essencial a participação de especialistas para compor as discussões propostas durante o episódio, dessa forma, convidamos cientistas e profissionais relacionadas com a temática para participar das gravações. Devido à pandemia de COVID-19, optamos por realizar as entrevistas de forma remota, utilizando aplicativos e programas de gravação de vídeo e de voz para captar o material que utilizaríamos posteriormente.

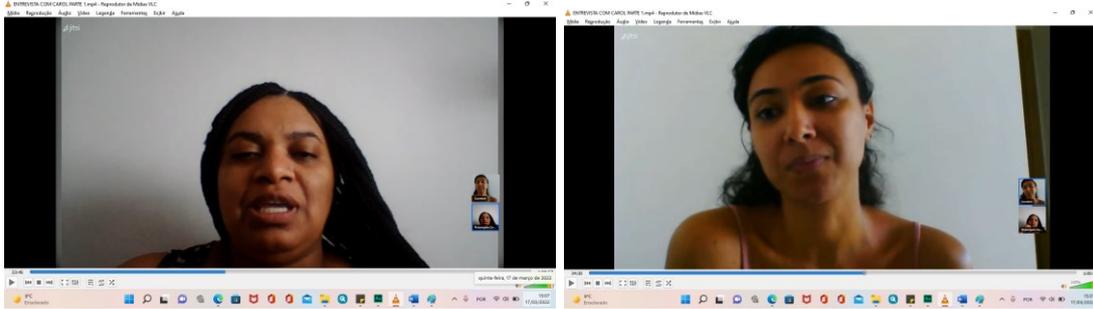
As gravações da narrativa para costurar as entrevistas foram realizadas da mesma forma (remota) e utilizando recursos e equipamentos que dispúnhamos em casa. Para obter qualidade do material feito fora de um estúdio profissional, investimos na aquisição de um microfone que atendesse minimamente a uma qualidade de áudio superior à de um aparelho celular e que pudesse acompanhar as demais produções que contarão com entrevistas presenciais. Recorremos ao técnico do laboratório de Rádio do curso de Jornalismo da UFU para afinar e sugerir melhorias na edição do episódio piloto, recomendando melhorias na composição dos áudios e bancos de áudios e backgrounds para serem utilizados no produto.

Figura 6- Gravação da Entrevista Amanda Episódio Piloto



Fonte: elaboração própria

Figura 7 - Gravação da entrevista Carol Episódio Piloto



Fonte: elaboração própria

Figura 8 - Gravação da Entrevista Débora Episódio Piloto



Fonte: elaboração própria

Figura 9 - Gravação da Entrevista Mônica Episódio Piloto



Fonte: elaboração própria

Para captura do material utilizamos o aplicativo Zoom, disponível no endereço <https://zoom.us> e o *Microsoft Teams*, que pode ser acessado em <https://www.microsoft.com/pt-br/microsoft-teams/>, de forma gratuita. Ambos utilizados comumente para reuniões remotas, mas que atenderam perfeitamente a nossa demanda de gravação do áudio que precisaríamos adiante.

Para construir o roteiro do episódio piloto utilizamos as pautas e *briefing* propostos por Ferraretto, em sua obra *Rádio - Teoria e Prática* (2014). Neste material era necessário conter o título provisório, o tempo médio de duração, os principais pontos que gostaríamos de abordar, os possíveis entrevistados com uma breve apresentação de cada um, as perguntas que norteariam as entrevistas e finalmente o roteiro de gravação. Com todos os materiais gravados começamos a escrita do roteiro narrativo, inserindo dados, opiniões e críticas que auxiliassem no diálogo e fluidez entre uma entrevista e outra. A narração e a adição de informações, ideias e materiais de terceiros foram essenciais para que as entrevistas se complementassem.

A escolha das entrevistadas foi feita partindo de dois requisitos: ser mulher, ser mãe e/ou estar envolvida diretamente em assuntos relacionados à maternidade ou parentalidade. Contatamos profissionais de saúde especializadas em amamentação, cientista especializada em imunologia que é mãe, a psicóloga especializada em atendimento perinatal que também é mãe e a consultora de amamentação que, embora não seja mãe, está diretamente em contato com as mães, desempenhando a sua função profissional. Todas as profissionais foram contactadas via redes sociais e após o aceite da participação, marcamos um encontro de forma remota para gravarmos as entrevistas conforme agenda disponível de cada entrevistada. Os materiais em áudio foram disponibilizados pelas próprias ferramentas utilizadas para gravação.

Após a gravação das entrevistas iniciamos o processo de transcrição dos episódios. As transcrições foram realizadas de forma manual, inicialmente, e depois com a ajuda da ferramenta paga *Trankriptor*, disponível no endereço <https://trankriptor.com/>. Mesmo com o auxílio da ferramenta foi necessário um trabalho manual de correção e revisão das transcrições. Com todas as transcrições prontas, iniciamos a construção da narração que seria gravada posteriormente e que ligaria uma entrevista à outra, tornando todas partes de um único episódio.

O roteiro pronto, com a narração e entrevista finalizada, selecionamos os áudios de *background*, produzimos a vinheta do *podcast* e começamos o processo de edição dos materiais que estavam de forma bruta. O tratamento de áudio foi realizado e o material final será disponibilizado na plataforma de áudio que selecionamos para hospedar o *podcast*, o Anchor FM, que pode ser acessado no endereço <https://anchor.fm/>. Após a defesa do mestrado e considerações da banca, iremos compartilhar o episódio piloto nas principais plataformas de *streaming* como *Spotify*, *Google Podcasts*, *Deezer*, *Breaker* e *Radio Public*.

A criação de uma página no Instagram para divulgação do episódio se fez necessária para criar uma via de comunicação com os ouvintes do *podcast*. Criamos a @amaenomeio no Instagram, disponível no endereço <https://www.instagram.com/amaenomeio/>, para compartilharmos imagens das entrevistas, artes para divulgação da estreia dos episódios e

espaço para comentários sobre os episódios, criando um retorno dos ouvintes sobre o episódio piloto e os episódios seguintes.

7.1 PLANO DE DIVULGAÇÃO DO *PODCAST* A MÃE NO MEIO

Com diversos *podcasts* disponíveis nas plataformas de áudio – e fora delas –, conhecer o público para o qual se deseja direcionar os esforços de divulgação se faz necessário para que o produto tenha relevância entre o público-alvo e eles reconheçam o *podcast* como uma marca.

Kotler (2017) indica uma mudança de atitudes de profissionais de marketing quando se fala em propaganda. O Marketing de Conteúdo ganha espaço e uma nova forma de pensar a divulgação passa a ser necessária. Segundo Kotler (2017, p. 195), "em vez de divulgar mensagens de proposição de valor, esses profissionais deveriam estar distribuindo conteúdo que seja útil e valioso para os consumidores". Ele sugere reflexões sobre a criação de conteúdo: qual conteúdo seria poderia ser valioso para o cliente, ou contar uma história sobre a marca e finalmente como seria o planejamento para execução do conteúdo que se deseja comunicar.

Para o lançamento criamos páginas nas redes sociais que terão como principais objetivos de criação de conteúdos voltados à divulgação científica sobre as temáticas dos episódios, compartilhamento dos bastidores de *podcast*, apresentação dos entrevistados que participaram dos episódios, criação de um relacionamento mais próximo com os seguidores e ouvintes do *podcast*. Primeiramente, os esforços serão para que os seguidores conheçam o *podcast*, então, é importante que a marca esteja presente nas redes sociais, além de simplesmente estar nos agregadores de áudio. Para escolher quais redes sociais trabalharíamos a nossa divulgação, selecionamos os cinco *podcasts* mais ouvidos por respondentes da Podpesquisa 2019-2020 e o resultado pode ser visualizado a seguir:

Quadro 14 - Verificação da presença dos *podcast* mais citados por ouvintes segundo a Podpesquisa 2019-2020

| Podcast | Presença nas Redes Sociais |
|-----------------------|--|
| NERDCAST (Jovem Nerd) | Instagram, Twitter, Youtube e Facebook |
| GUGACAST | Instagram, Twitter e Youtube |
| MAMILOS | Instagram, Twitter, Youtube, Facebook e LinkedIn |
| XADREZ VERBAL | Facebook, Twitter, Youtube |

| | |
|----------|-----------------------------|
| ANTICAST | Facebook, Twitter e Youtube |
|----------|-----------------------------|

Fonte: Elaboração própria

A verificação foi realizada nos dias 10 e 11 de maio de 2022 nos sites oficiais dos *podcasts* mencionados.

O Nerdcast faz parte de um conglomerado de produtos digitais do Jovem Nerd, portanto, está atrelado a essa marca central, não disponibilizando sites ou redes sociais próprias. Todas as redes sociais (*Instagram, Youtube e Twitter*) são centralizadas na marca Jovem Nerd. O site do Jovem Nerd concentra todos os conteúdos multimidiáticos produzidos, dentre eles o Nerdcast. As redes sociais são utilizadas para compartilhar esses conteúdos diretamente do site, mas também produz conteúdos próprios, como é o caso do *Instagram* e do *Twitter*.

O Gugacast está presente no Facebook, Instagram e no Youtube como marcas e no Twitter atrelado ao perfil pessoal do seu idealizador, Guga Mafra. O *podcast* utiliza o Facebook e o *Youtube* com suportes para compartilhar os episódios diretamente dos agregadores. O conteúdo compartilhado via Instagram e Twitter é exclusivo a essas plataformas.

O Mamilos está presente no *Youtube, Twitter, LinkedIn* e no *Instagram* – como marca. O Mamilos reposta *posts* de uma rede social na outra, como *posts* do *Instagram* no *Facebook*, e produz conteúdo exclusivo no *Twitter*, dialogando com os seguidores, perguntando sobre temáticas e pautas que poderiam ser temas para episódios futuros e no LinkedIn com uma abordagem mais empresarial, compartilhando palestras, cursos e workshops feitos por eles ou em parceria com outras organizações.

O Xadrez Verbal está presente no *Facebook, Youtube e Twitter*. O *podcast* também usa o Facebook como suporte de distribuição dos *podcasts* na plataforma. Os materiais são compartilhados diretamente do *Youtube* e o *Twitter* é utilizado para compartilhar conteúdo próprio e ideias do seu idealizador, Filipe Figueiredo, além de dialogar com os seguidores e ouvintes.

O Anticast está presente no *Facebook, Youtube e Twitter*. O *podcast* também utiliza o *Facebook* como suporte para divulgar os episódios de *podcasts*, utilizando um distribuidor que fornece a possibilidade de dar *play* no episódio, sem ser redirecionado para onde ele está hospedado. No *Twitter*, eles produzem conteúdos próprios para a plataforma, além de compartilhar os episódios do *podcast* conforme são disponibilizados na internet.

Dessa forma, inicialmente, trabalharemos com *Twitter* e *Instagram*. O primeiro será mais focado em seguir produtores de *podcasts*, cientistas, divulgadores científicos e jornalistas

científicos que colaborem com temáticas ou pautas que poderiam ser abordadas em episódios futuros. No *Instagram* buscaremos oferecer um espaço de diálogo com os ouvintes. A maioria de agregadores não possuem espaços para comentários dos consumidores sobre os episódios; o *Instagram* oferece a possibilidade de os ouvintes compartilharem sugestões, ideias, críticas e elogios para melhorar os conteúdos produzidos pelo *podcast*.

As páginas criadas no *Twitter* e no *Instagram* ficaram com o mesmo nome, a saber, @amaenomeio. Criamos para cada uma das páginas um cronograma inicial de 10 *posts* para os dias anteriores ao lançamento do episódio piloto do *podcast* ‘A mãe no meio’. A data do lançamento do *podcast* será aproximadamente 20 dias após a defesa do projeto, para acatar todas as considerações feitas pela banca.

Quadro 15 – Planejamento da divulgação de posts no *Instagram*

| Plano de Divulgação do Lançamento <i>Instagram</i> - 10 dias | | |
|---|---|-----------------------------|
| Post 1 | Logo de Apresentação do <i>podcast</i> | 10º dia antes do lançamento |
| Post 2 | Apresentação do Tema do piloto | 9º dia antes do lançamento |
| Post 3 | Post de participante do episódio piloto | 8º dia antes do lançamento |
| Post 4 | Post carrossel sobre curiosidades de | 7º dia antes do lançamento |
| Post 5 | Post de participante do episódio piloto | 6º dia antes do lançamento |
| Post 6 | Chamada para data de estreia de Piloto | 5º dia antes do lançamento |
| Post 7 | Post de participante do episódio piloto | 4º dia antes do lançamento |
| Post 8 | Post Dicas para amamentação mais leve | 3º dia antes do lançamento |
| Post 9 | Post de participante do episódio piloto | 2º dia antes do lançamento |
| Post 10 | Lançamento do Episódio - No ar | 1º dia antes do lançamento |

Fonte: Elaboração própria

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A divulgação da ciência é pode acontecer em diversas frentes: comunicacionais, artísticas, linguísticas, imagéticas, políticas, dentre outras. Repensar meios para uma comunicação

científica em duas vias, entre sociedade e cientistas, é importante para aproximar esses dois públicos da ciência na totalidade.

A utilização do podcast como ferramenta para divulgação de temas relacionados à maternidade e maternagem se mostrou interessante, principalmente com a possibilidade que ela oferece, não exclusivamente, de, simultaneamente, ser emissor e receptor da mensagem que se deseja divulgar, ou seja, os ouvintes podem também produzir conteúdo que fomentem a divulgação científica através de *podcasts*.

Tornar-se mãe é uma mudança que afeta diferentes fatores que compõem o ser mulher. A partir do momento que uma mulher descobre sua gestação e revela para a sociedade, a sua condição, são incalculáveis as mudanças biológicas e sociais que atravessam a vivência feminina. Trazer para dentro do episódio piloto entrevistas que dialogavam com recomendações científicas da saúde, dava a essa mulher participante a possibilidade de, através da sua história, fazer com que o saber científico chegasse em outras mulheres, através da identificação com os relatos e vivências das mulheres-mães.

Trabalhar com a mídia podcast, utilizando recursos narrativos próprios do formato documentário radiofônico, possibilitou que estruturássemos as ideias e diálogos em um roteiro com os conteúdos científicos que selecionamos para divulgar. O episódio piloto foi resultante dessa costura de informações científicas relacionadas ao campo da maternidade e as vivências das mulheres-mães.

Este trabalho oferece uma possibilidade de utilização da mídia podcast para divulgadores, cientistas e pesquisadores que desejam comunicar cientificamente ao lado da sociedade.

REFERÊNCIAS

37 GRAUS PODCAST. 37 GRAUS. **Sobre**. Disponível em: <<https://37grauspodcast.com/sobre/equipe/>>. Acesso em: 22 ago. 2021

ALO CIENCIA. Alô, Ciência. **Sobre**. Disponível em: <https://alociencia.com.br/>. Acesso em: 22 ago. 2021

ASSIS, P; LUIZ, L. O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para distribuição de mídias digitais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 33, 2010, Caxias do Sul. **Anais** [...] Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2010. p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2010/resumos/r5-0302-1.pdf>. Acesso em: 28 abr.2021.

AVELAR, K.; PRATA, N.; MARTINS, H. C. **Podcast: trajetória, temas emergentes e agenda.** 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Joinville - SC - 2 a 8/09/2018. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/resumos/R13-0147-1.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2021.

B9 COMPANY. Naruhodo!. **Sobre.** Disponível em: <https://www.b9.com.br/shows/naruhodo/>. Acesso em: 18 jul. 2021.

BADINTER, E. **Um Amor Conquistado: o Mito do Amor Materno.** 2ª ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

BALUTA, C. M.; MOREIRA, D. A injunção social da maternagem e a violência. **Revista Estudos Feministas**, Universidade Estadual de Ponta Grossa. Ponta Grossa, n. 24, v. 27, p. 1-11, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n248990>. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/FyKrFxRTTBCVQ36GPcYm53y/?lang=pt>. Acesso em: 26 ago. 2021.

<https://doi.org/10.1590/1806-9584-2019v27n248990>

BARROS, G. C.; Menta, E. Podcast: produções de áudio para educação de forma crítica, criativa e cidadã. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación**, n. 1, p. 74-89, nov. 2007.

BARROS, Luíza. **A era de ouro dos podcasts: entenda o boom dos programas de áudio on-line.** 24 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: 08. ago.2020.

BARROSO, R. G; Machado, C. Definições, dimensões e determinantes da parentalidade. **Psychologica**, n.52, p. 211-229, jan. 2010. DOI: https://doi.org/10.14195/1647-8606_52-1_10. Disponível em: https://impactum-journals.uc.pt/psychologica/article/view/1647-8606_52-1_10 Acesso em: 12 jun. 2021.

https://doi.org/10.14195/1647-8606_52-1_10

BERRY, R. Will the iPod Kill the radio star? Profiling podcasting as radio. **Convergence: The international Journal of Research into New Media Technologies.** Sage Publications, London, v.12, n.2, p. 143-142. 2006. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/249827460_Will_the_iPod_Kill_the_Radio_StarPr_ofiling_Podcasting_as_Radio. Acesso em: 27 mai. 2021.

<https://doi.org/10.1177/1354856506066522>

BONINI, A. L.; SBRAGIA, R. O modelo de design thinking como indutor da inovação nas empresas: um estudo empírico. **Revista de Gestão e Projetos Journal of Business and Projects**, São Paulo, v. 2, n. 1, p. 03-25, jun. 2011. Disponível em: <https://periodicos.uninove.br/gep/article/view/9411>. Acesso em: 20 out. 2020.

<https://doi.org/10.5585/gep.v2i1.36>

BOURDIEU, P. **Sobre a televisão.** 1ª. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

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

BRANDÃO, E. P. Usos e significados do conceito comunicação pública. In: ENCONTRO DOS NÚCLEOS DE PESQUISA DA INTERCOM, 5., 2006, Brasília. Núcleo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional. **Anais [...]** Brasília: Universidade de Brasília, 2006, p. 1-14. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/38942022201012711408495905478367291786.pdf>. Acesso em: 15 mai. 2020.

BRECHT, B. O rádio como aparato de comunicação: discurso sobre a função do rádio. **Estudos Avançados**. Universidade de São Paulo, São Paulo, v.21, n.60, p.227-232, jan. 2007. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/eav/article/view/10250>. Acesso em: 03 jul. 2020.
<https://doi.org/10.1590/S0103-40142007000200018>

BROWN, T.; KATZ, B. **Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation**. New York: HarperBusiness, 2009.

BUENO, W. C. Comunicação Científica e Divulgação Científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação e Informação**, Londrina, v. 15, n. esp., p. 1-12, 2010. Disponível em: <<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>>
<https://doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15nesp.p1>

CAMPBELL, G. There's Something in the Air: Podcasting in Education. **EDUCAUSE Review**, vol. 40, n. 6, p. 32-47, 2005. Disponível em: . Acesso em 02 abril. 2021.

CASTELFRANCHI, Y; Y FAZIO, M. E. Comunicación pública de la ciência. In: CILAC FORO ABIENTO, 2020, Montevideo. **Oficina de Montevideo Oficina Regional de Ciencias para América Latina y el Caribe**, 2020, p. 7-30. Disponível em: <http://forocilac.org/wp-content/uploads/2021/04/PolicyPapers-CILAC-ComunicacionPublicaCiencia-ES.pdf>. Acesso em: 15 set. 2021.

CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS - CGEE. **Percepção pública da C&T no Brasil**. Resumo Executivo. Brasília, p. 14. 2019. Disponível em: https://www.cgee.org.br/documents/10195/734063/CGEE_resumoexecutivo_Percepcao_publica_CT.pdf Acesso em: 19 set. 2021.

CHASSOT, A. Alfabetização científica: uma possibilidade para a inclusão social. **Revista Brasileira de Educação**, nº 21, p. 89-100, 2003. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/gZX6NW4YCy6fCWFQdWJ3KJh/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 13 jul. 2021.
<https://doi.org/10.1590/S1413-24782003000100009>

COSTA, A. R. F.; Sousa, Cidoval M. D; Mazocco, F, J. Modelos de comunicação pública da ciência: **Conexão - Comunicação e Cultura** (UCS), Caxias do Sul, v. 9, n. 18, p. 157-158, jul./dez. 2010. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/conexao/article/view/624/463>. Acesso em: 06 jun. 2020.

COSTA, F. **Ordem médica e norma familiar**. Rio de Janeiro: Graal, 1979.

CRESSWELL; ARISTOTLE; JOHANN. **Aristotle'S History of Animals**. London: G. Bell, 1897.

CUEVAS, A. Conocimiento científico, ciudadanía y democracia. **Revista Iberoamericana de Ciência, Tecnología y Sociedad**, v.10, n.4, p.67-83, 2008. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/924/92441006.pdf>. Acesso em: 01.out. 2020.

CUNHA, B. **Ciências, culturas e tecnologias: divulgações plurais**. KANASHIRO, M; MANICA, D. (Orgs), Rio de Janeiro: Bonecker, 2019. Disponível em: <http://www.labjor.unicamp.br/bibi/i/?book=CienciasCulturasETecnologias>. Acesso em: 12 mar. 2021.

DANIEL, R. G; SANTOS, O. A. C. Divulgação científica e podcast: proposta de desenvolvimento do podcast Não é bem assim! In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 43., 2020, Virtual. **Anais [...]**. Evento realizado virtualmente, 2020, p. 1-15. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-0478-1.pdf>. Acesso em: 17 mai. 2021.

DRAGÕES DE GARAGEM. Dragões de Garagem. **Sobre**. Disponível em: <https://dragoesdegaragem.com/sobre/>. Acesso em 21 ago. 2021.

DUARTE, J. Instrumentos de comunicação pública. In: DUARTE, Jorge (Org). **Comunicação pública: Estado, mercado, sociedade e interesse público**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

FALCÃO, B; TEMER, A. O podcast como gênero jornalístico. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 42., 2019, Belém. **Anais [...]**. Belém: Universidade Federal do Pará, 2019, p. 1-14. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2019/resumos/R14-1367-1.pdf>. Acesso em 03 jul 2020.

FERRARETTO, Luiz Artur. **Rádio: teoria e prática**. Summus Editorial, 2014.

FREIRE, G. R. **Ideias sem fio: um panorama sobre podcasts no Brasil**. Orientadora: Gabriela Freitas. 2017. 75 f. Monografia (Bacharelado em Comunicação Social) - Universidade de Brasília, Brasília, 2015. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/11527/1/2015_GabrielRibeiroFreire.pdf. Acesso em: 10 ago. 2020.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?** 10. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992. 93 p

FRIEDAN, B. **Mística Feminina**. Tradução de Áurea B. Weissenberg. Petrópolis: Vozes, 1971.

GIORDANI, C. F et al. Maternidade e amamentação: identidade, corpo e gênero. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 23, n. 8, p. 2731-2739, 2018. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csc/a/KZhJQYmsrLzJz98wWn8ZzYq/?lang=pt#>. Acesso em: 01 jun. 2021.
<https://doi.org/10.1590/1413-81232018238.14612016>

GRADVOHL, S. M. O; M. J. D, OSIS; MAKUCH, M.Y. Maternidade e formas de maternagem desde a idade média à atualidade. **Pensando famílias**, Porto Alegre, v.18, n. 1, p. 55-62, junho. 2014. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-494X2014000100006&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 22 mai. 2021.

HOOKS, bell. **O feminismo é para todo mundo: políticas arrebatadoras**. 1 ed. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2018.

JUNIOR, J. B.; COUTINHO, C. P. Podcast em Educação: um contributo para o estado da arte. In: IX Congresso Internacional Galego Português de Psicopedagogia, 2007, A Coruña. **Revista Galego-Portuguesa de Psicologia e Educación**. A Coruña: Barca, A., Peralbo, M., Porto, A., Duarte da Silva, B. e Almeida, N.1, v. 1. p. 837-846, 2007.

KISCHINHEVSKY, M; LOPEZ, D. C; BENZECRY, L. Podcasting tensiona categorizações e ganha, enfim, destaque como objeto de estudos. **Radiofonias - Revista de Estudos em Mídia Sonora**, Universidade Federal de Ouro Preto, v. 11, n. 01, p.06 - 12, jan./abr. 2020.

KOÇOUSKI, M. Comunicação pública: construindo um conceito. In: Matos, H. (Org.). **Comunicação pública: interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP: 41-57, 2012. Disponível em:

KOTLER, Philip. KARTAJAYA, Hermawan. SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LIEDTKE, P; CURTINOVI, J. Comunicação pública no Brasil: passado, presente e futuro. **Comunicação Pública**, v.11, n. 20, p. 1-10, 30. jun. 2016. DOI: <https://doi.org/10.4000/cp.1171>. Disponível em: <http://journals.openedition.org/cp/1171>. Acesso em: 03 jun. 2020.
<https://doi.org/10.4000/cp.1171>

LUIZ, L.; ASSIS, P. O Podcast no Brasil e no Mundo: um caminho para a distribuição de mídias digitais. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 23, 2010, Caxias do Sul. **Anais** p. 1-10, 2010, Disponível:

em:<<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0335-1>>.pdf.09. Acesso em 06.set.2020.

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

MARTINS, A. P. V. 2007. "Vamos criar seu filho": os médicos puericultores e a pedagogia materna do século XX. **História, Ciências, Saúde**, v. 15, n. 2, p. 135-154. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/hcsm/a/zN9KHmxCGdvsQB9gSdzSHw/?lang=pt>. Acesso em: 20 ago. 2020.
<https://doi.org/10.1590/S0104-59702008000100008>

MARTINS, S. Os papéis sociais na formação do cenário social e da identidade. **Kínesis - Revista de Estudos dos pós-graduandos em Filosofia**. Marília, v.2, n. 4, p. 40-52, dez 2010. Disponível em: <<https://www.marilia.unesp.br/Home/RevistasEletronicas/Kinesis/Ospapeissociaisnaformcao.pdf>>. Acesso em: 20 jun. 2021.
<https://doi.org/10.36311/1984-8900.2010.v2n04.4905>

MATEUS, W. D.; GONÇALVES, C. B. Discutindo a divulgação científica: o discurso e as possibilidades de divulgar ciência na internet. **Revista Areté - Revista Amazônica do Ensino de Ciências**, Manaus, v. 5, n. 9, p.29-43, ago./dez. 2012. Disponível em: <http://periodicos.uea.edu.br/index.php/arete/article/view/45>.

MENEZES, O. B. D. Aristóteles, Machista. **Sitientibus**, Feira de Santa, v. 3, n. 5, p.117 - 120, jan./jun. 1986. Disponível em:

MIRANDA, M. A.; MARTINS, M. D. S. **Maternagem**: Quando o bebê pede colo. Coleção Percepções da Diferença. Negros na Escola. 1ª ed. São Paulo: [s.n.], v. 2, p. 12-13, 2007. Disponível: <http://www.usp.br/neinb/wp-content/uploads/NEINB-USP-VOL-2.pdf> Acesso

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, p.43-44, 2002.

MOURA, A.; CARVALHO, A. A. A. **Podcast: potencialidades na educação**. Prisma.com (Portugal), n. 3, p. 88-110, 2006. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959/brapci/69641>. Acesso em: 29 mar. 2022.

MOURA, S. M. S. R. D.; ARAÚJO, M. D. F. A Maternidade na História e a História dos Cuidados Maternos. **Psicologia Ciência e Profissão**, v. 24, n. 1, p. 44-55, 2004. Disponível em:<https://www.scielo.br/j/pcp/a/3sCV35wjck8XzbyhMWnhrzG/?format=pdf&lang=pt>.
<https://doi.org/10.1590/S1414-98932004000100006>

Acesso em: 10 out. 2020.

NAKAGAWA, M. Ferramenta: Análise Swot (Clássico). **Movimento Empreenda**, p.1-3, 01 ago. 2012. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/vagnerfd/anlise-swot-clssico>>. Acesso em 21 agosto 2021.

NEGRINI, Vanessa. **Comunicação Pública e Efetividade da Justiça: Uma análise dos processos comunicacionais nos Juizados Especiais Cíveis do Distrito Federal**. Orientadores: Janara Kalline L.L. de Souza. 2017. 211 p. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/24496>. Acesso em: 27 ago. 2021.

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

OSTERWALDER, A.; PIGNEUR, Y. **Business Model Generation Inovação em Modelos de Negócios**. 5ª. ed. Rio de Janeiro: Editora Alta Books, 2011.

PODPESQUISA 2019-2020. Resultado da PodPesquisa 2019-2020, 2020. Disponível em:< <https://abpod.org/wp-content/uploads/2020/12/Podpesquisa-2019-Resultados.pdf>> Acesso em 02 jan. de 2022.

PRIMO, A. **Para além da emissão sonora: as interações no podcasting**. Intertexto, Porto Alegre, nº13, pp. 1-17, 2005.

QUASE METADE da receita global do mercado musical em 2018 veio de serviços de streaming. **Olhar Digital**, 02. abr.2019. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2019/04/02/noticias/quase-metade-da-receita-global-do-mercado-musical-em-2018-veio-de-servicos-de-streaming/>. Acesso em: 12 ago. 2021.

RIBEIRO, E. M. A. O.; MAINIERI, T. Comunicação pública como processo para o exercício da cidadania: o papel das mídias sociais na sociedade democrática. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO CENTRO-OESTE, 12., mai. 2010, Goiânia. Anais [...] Goiânia: Universidade Federal de Goiás, 2010, p. 1-10. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/regionais/centrooeste2010/resumos/R21-0335-1.pdf.09>. Acesso em 06.set.2020.

<https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2011.139084>

SCAVONE, L. A maternidade e o feminismo: diálogo com as ciências sociais. **Cadernos Pagu**. Núcleo de Estudos de Gênero - Pagu, n. 16, p. 137-150, 2001. Disponível em:

<http://hdl.handle.net/11449/29935>. Acesso em: 19 set. 2020.

<https://doi.org/10.1590/S0104-83332001000100008>

SÉJOURNÉ, N. et al Maternal burn-out: an exploratory study. **Journal of Reproductive and Infant Psychology**, 1-13, 2008. Disponível em:

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/29517340/>. Acesso em: 12 jun. 2021.

SHEN, B. S. P. Science literacy. **American Scientist**. Sigma Xi - Scientific Research Society, Durham (Estados Unidos), v. 63, n. 3, p. 265-268, mai/jun 1975. Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/pdfplus/27845461.pdf>. Acesso em: 01 set. 2020.

STELLIN, R. et al. Processos de construção de maternagem. Feminilidade e maternagem: recursos psíquicos para o exercício da maternagem em suas singularidades. **Estilos da Clínica**, [S. l.], v. 16, n. 1, p. 170-185, 2011. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/estic/article/view/46113>. Acesso em: 10 abr. 2021.
<https://doi.org/10.11606/issn.1981-1624.v16i1p170-185>

VICENTE, Eduardo. Do rádio ao podcast: as novas práticas de produção e consumo de áudio. **Emergências Periféricas em Práticas Midiáticas**, São Paulo, ECA/USP, p. 88 -, 107, 2018. Disponível em: <<https://docero.com.br/doc/x8c855x>>. Acesso em: 15 ago. 2021
www2.uefs.br:8081/sitientibus/pdf/5aristoteles_machista.pdf. Acesso em: 20 nov. 2020.

ZÉMOR, P. Como anda a Comunicação Pública? **Revista do Serviço Público**, v. 60, n.2. 2009. Disponível em <http://seer.enap.gov.br/index.php/article/view/21>. Acesso em 11; 21 abril 2021.
<https://doi.org/10.21874/rsp.v60i2.21>

ZÉMOR, P. **La Communication Publique**. E. BRANDÃO, Trad. Paris: PUF, 1995.