

Entrevista

Popularização do conhecimento científico: entrevista com Diélen dos Reis Borges Almeida

*Candice Guarato SANTOS**

Diélen dos Reis Borges Almeida é jornalista na Diretoria de Comunicação Social da Universidade Federal de Uberlândia (Dirco/UFU), órgão responsável pela divulgação das ações administrativas e da produção científica e atividades desenvolvidas na instituição. É mestra em Tecnologias, Comunicação e Educação e graduada em Comunicação Social: Jornalismo e em Letras pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Atualmente é doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos (PPGEL) da UFU. Seu foco de pesquisa é divulgação científica e discurso. A jornalista e pesquisadora integra a Rede Mineira de Comunicação Científica.

1. De maneira resumida, a popularização da ciência consiste em um processo em que informações científicas são apresentadas de forma simplificada a fim de que pessoas leigas possam compreender e ter acesso a esse tipo de conteúdo. Sob a perspectiva da assessoria de comunicação de uma universidade pública, como ocorre a primeira etapa desse movimento? De forma mais detalhada, qual é o critério para a seleção de quais informações serão divulgadas? De qual esfera parte a iniciativa de divulgar o conhecimento científico: dos próprios pesquisadores e professores, da assessoria da instituição ou de outro setor? Todos os cursos têm o mesmo espaço disponível para difundir as suas pesquisas e ações?

* Letras - Português e Inglês (Licenciatura). Mestrado em Estudos Linguísticos. Doutoranda no PPGEL/UFU. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5957-1842>. candiceguaratos@gmail.com.

Na Universidade Federal de Uberlândia (UFU) temos a Divisão de Divulgação Científica, que foi idealizada por servidores da Diretoria de Comunicação Social (Dirco), entre 2016 e 2017. O projeto foi apresentado à Gestão Superior no início de 2018 e a divisão começou a funcionar em 26 de junho do mesmo ano. O setor consta na atual estrutura organizacional, consolidada pela Resolução 01/2012 do Conselho Universitário¹, atualizada e divulgada conforme a Portaria REITO 693/2020² e seu respectivo Anexo³. A Divisão de Divulgação Científica é o setor responsável pela produção de conteúdos midiáticos que abordam a produção científica desenvolvida na universidade.

No jargão jornalístico, chamamos de "pautas" esses temas que serão apurados, desenvolvidos e tornados públicos na forma de notícias, reportagens, publicação em redes sociais ou outro gênero midiático. Periodicamente⁴, nossa equipe faz reuniões de pauta para, em conjunto, decidirmos quais serão nossos próximos temas. Participam os jornalistas e os estagiários de jornalismo e design da Divisão de Divulgação Científica e todos eles podem sugerir pautas. Além disso, temos um

¹ Disponível em:

https://www.sei.ufu.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?9LibXMqGnN7gSpLFOOgUOFziRouBJ5VnVL5b7-UrE5S3GZN8ctcQMzmsFU21WXkYQr3MsMKcXzoMqPxCODxSTqZ9N5SjSFKbE5x-PSnePgI0GDW5bVzt8orvHHmiF2Hy. Acesso em: 14 jan. 2021.

² Disponível em:

https://www.sei.ufu.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?9LibXMqGnN7gSpLFOOgUOFziRouBJ5VnVL5b7-UrE5Q71KvhDR0K7luYHTKeZS1eYeMkn29pIicR5F3LT3yUUF178U62HHYtMooJY1ZROF_UigiK2M1RDbrMyxYRh9mv. Acesso em: 14 jan. 2021.

³ Disponível em:

https://www.sei.ufu.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_documento_consulta_externa.php?9LibXMqGnN7gSpLFOOgUOFziRouBJ5VnVL5b7-UrE5SpkfZ9kLFmv2xoEjoNdkuY9EIdgU6Bz8xuI8D4esXRgBO0PEeFOGP9ydVeoLszSRg5pK0kkgCa0ncuS0LZx01O. Acesso em: 14 jan. 2021.

⁴ No trabalho presencial, as reuniões de pauta eram semanais. Desde março de 2020, quando passamos a trabalhar de forma remota, devido ao distanciamento social preventivo à pandemia de Covid-19, passamos a fazer reuniões quinzenais, como forma de amenizar o desgaste mental de profissionais e estagiários que estão trabalhando quase totalmente por meio do uso de telas.

sistema eletrônico de ordem de serviço (OS), disponível no portal Comunica UFU⁵, em que todo integrante da comunidade universitária também pode sugerir seus temas. A divulgação de quaisquer informações nos veículos de comunicação institucionais deve atender à Política Editorial, publicada no sistema de OS, a qual especifica que "o assunto deve ter relação direta com algum setor ou integrante da comunidade acadêmica: estudante, gestor ou servidor da UFU, no exercício de sua função discente, administrativa, docente ou técnica". Todos os cursos e as áreas têm o mesmo espaço para divulgação. Porém, acreditamos que em algumas unidades acadêmicas o hábito de sugerir pautas para os veículos institucionais possa estar mais difundido.

Portanto, a iniciativa de divulgar os conhecimentos científicos parte tanto da equipe de comunicação quanto dos pesquisadores das diversas áreas, e é interessante apontar que há diferenças que, a meu ver, enriquecem o processo. As sugestões de pauta que mais recebemos dos pesquisadores são: publicação de artigo em periódico, realização de evento na universidade, participação em evento em outro lugar, trabalho de destaque aprovado em banca, aprovação em edital de financiamento, fechamento de parceria e premiações. Por sua vez, as pautas sugeridas pela equipe de comunicação são, predominantemente, conteúdos de contexto, por exemplo, relacionados a notícias recentes, assuntos que estão sendo debatidos pela sociedade e datas celebrativas ou que marcam a visibilidade de alguma causa. Em todos os casos, norteamos a abordagem da pauta a partir do interesse público, ou seja, mesmo quando a sugestão parte de um acontecimento acadêmico interno, procuramos destacar a relevância do tema para a sociedade.

2. Os veículos de comunicação oficiais das instituições de ensino são meios que permitem a ampla divulgação de notícias e informações científicas. O público desses canais pode ter os mais variados níveis de domínio sobre o conteúdo publicado.

⁵ Disponível em <http://www.comunica.ufu.br/divulgacao>. Acesso em: 17 maio 2021.

Com base nessa questão, quais são os primeiros aspectos que o jornalista científico considera antes e durante a elaboração do material a ser divulgado? E depois da publicação, existe alguma ferramenta ou técnica para avaliar a reação do público?

Existem dois aspectos que precisam estar entre os primeiros a serem considerados pelo jornalista científico, especialmente pelo que atua na comunicação pública, durante todo o processo de elaboração das suas matérias: o interesse público e a linguagem. Ambos se relacionam ao direito dos cidadãos de terem acesso às informações e compreendê-las, para que possam utilizá-las na participação no debate público, nas escolhas políticas, na compreensão de questões históricas, econômicas, ambientais e de saúde, enfim, na vida em sociedade.

Depois da publicação, nós, que produzimos conteúdos para mídias digitais, utilizamos ferramentas que nos fornecem informações sobre os acessos do público ao *site* (Google Analytics) e às redes sociais (mLabs). São fornecidas informações quantitativas, como número de visualizações de cada página, média do tempo de permanência na página (o que pode indicar se o texto todo foi lido), curtidas e compartilhamentos, e informações qualitativas, como os comentários feitos pelo público em cada publicação. Também recebemos os relatórios da Comissão Própria de Avaliação (CPA/UFU), responsável pela autoavaliação institucional.

3. A divulgação do conhecimento científico implica a realização de adaptações, entre as quais a simplificação textual (ST), que, de acordo com Paraguassu (2018), consiste no ato de reformular textos com o intuito de torná-los mais compreensíveis a um público específico.

Apesar de a popularização da ciência ser uma prática que visa espalhar o conhecimento, existe a visão de que esse método abre espaço para distorções e manipulações. Mueller (2005) explica que no processo de transposição há grandes chances de distorções involuntárias ocorrerem. Como base nisso, quais são as técnicas que impedem os ruídos na comunicação científica?

Eu acredito que impedir ruídos na comunicação seja quase impossível, mas é claro que nós jornalistas trabalhamos para evitá-los o máximo que pudermos. A principal técnica é a apuração bem feita, com leitura dos artigos científicos, entrevista com os cientistas envolvidos na pesquisa e, quando possível, visita aos locais de pesquisa, como laboratórios. Nesses momentos nós procuramos registrar o máximo de informações, com anotações, gravações de áudios e imagens. Assim, no momento de redigir a matéria, é possível conferir o que registramos na apuração. Também é comum que surjam novas dúvidas no momento de elaboração do texto que será publicado e, por isso, é importante que o cientista continue à disposição para receber mensagens ou ligações do jornalista que precise tirar alguma dúvida.

Há fontes - na minha experiência, tem sido minoria - que pedem para ver o texto antes da publicação, mas nós jornalistas preferimos não compartilhar. Há áreas da comunicação em que isso é impensável, como o jornalismo político, pois inviabilizaria a própria atividade de imprensa. No caso da comunicação pública da ciência, em que os profissionais de jornalismo e de ciência são, como no nosso caso, colegas de instituição, por vezes é difícil negar esses pedidos, mas mesmo assim, preferimos enviar o *link* da matéria depois de finalizada, assim que foi publicada. O que procuramos evitar, nessas situações, é que o pesquisador faça interferências textuais, alterando o estilo do texto da comunicação social para uma linguagem muito técnica e acadêmica. Entendemos que existe uma preocupação da fonte com possíveis distorções do que ela disse, mas explicamos que o texto é de autoria do jornalista, que inclusive assina cada reportagem, como responsável pelo conteúdo, e pedimos para que confiem em nosso trabalho. Além disso, no caso das mídias digitais, diferentemente do jornalismo impresso, é fácil e rápido corrigir uma informação que esteja cientificamente incorreta, mesmo depois de o texto ter sido publicado.

Outra forma que temos de evitar ruídos é por meio da revisão dos textos por editores. No caso dos canais de comunicação da UFU, eu sou a editora de Ciência e reviso todos

os conteúdos que são produzidos, por jornalistas e estagiários, antes da publicação nesses canais. Quando a matéria é de minha autoria, eu compartilho com o editor-geral, com um colega jornalista ou com a diretora de Comunicação, a depender do conteúdo e/ou da disponibilidade desses profissionais. O trabalho de edição jornalística envolve observar se há sentidos vagos, ambiguidades, termos técnicos que podem ser substituídos ou devem ser explicados, falta de coesão e coerência e revisão gramatical. Além disso, o editor pode sugerir títulos mais interessantes, opinar sobre a escolha das imagens e em qual(is) seção(ões) e canal(is) aquele conteúdo será publicado.

4. No âmbito acadêmico, a comunicação entre especialistas pode ocorrer por meio de publicações, exemplificando, os artigos com os resultados de uma pesquisa. Na comunicação de especialistas para leigos, o divulgador é o próprio especialista, por exemplo, quando um médico busca conscientizar a população sobre como prevenir alguma doença.

A comunicação científica de jornalista para leigo pode ser classificada e estudada como uma categoria diferente do grupo da comunicação de especialista para leigo?

Sim, são categorias diferentes, embora haja muitas semelhanças. Estamos falando de jornalismo científico (feito pelo jornalista) e divulgação científica (que pode ser feita pelo especialista e também pelo jornalista). O jornalismo científico é uma especialidade do jornalismo e, como tal, tem características como valores-notícia (novidade, atualidade, proximidade, curiosidade, impacto etc., a depender do teórico de referência, como Manuel Carlos Chaparro e Nilson Lage), apresentação de pontos de vistas diferentes sobre um mesmo assunto, entre outras características que variam conforme o tipo de mídia e a linha editorial de cada veículo de comunicação. Já o conceito de divulgação científica é mais amplo, pois envolve todas as abordagens sobre ciência voltada para o público que não é cientista, inclusive o jornalismo científico. É importante mencionar que, nesse campo, há diferentes nomenclaturas: divulgação científica, comunicação científica, educação não formal em ciência, popularização da

ciência, alfabetização científica, comunicação pública da ciência, percepção social da ciência, democratização da ciência, apropriação social do conhecimento científico/ da ciência. As pesquisadoras Mariana Rocha, Luisa Massarani e Constanza Pedersoli (2017) investigaram o uso desses termos e perceberam que não existe consenso sobre as definições, semelhanças e diferenças. Mas vale mencionar que ações que visam a promover a apropriação social do conhecimento científico vão além de falar sobre ciência para quem não é cientista, pois pressupõem a troca de saberes, a participação ativa da sociedade nas ações e decisões relacionadas à produção de conhecimento científico.

5. Há casos em que uma pessoa leiga apresenta certo grau de conhecimento sobre uma área do saber, pois ela passou por uma experiência, ou porque buscou informações em fontes seguras. Em situações como essas, o leigo pode contribuir na difusão da ciência e se tornar um divulgador científico?

As pessoas podem contribuir de diferentes formas para a divulgação científica, mesmo não sendo jornalista ou cientista. Eu gosto bastante das parcerias que contemplam os diferentes saberes. Um exemplo recente foi o clipe⁶ gravado pelo MC Fioti no Instituto Butantan, que tem mais de 13 milhões de visualizações no Youtube. O biólogo Atila Iamarino, o mais conhecido divulgador científico no contexto brasileiro atual, chegou a pedir, via publicação no Twitter⁷, que o CNPq dê o Prêmio José Reis de Divulgação Científica e Tecnológica para o cantor, por ter conscientizado brasileiros sobre a importância das vacinas e das instituições de pesquisa. "Ele mostra o Instituto, o que desenvolvem lá, a importância de vacinas, que em uma instituição pública de pesquisa trabalham pessoas 'normais' que também curtem funk, promove consciência de saúde

⁶ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=yQ8xJHuW7TY>. Acesso em: 18 maio 2021.

⁷ Disponível em: <https://twitter.com/oatila/status/1353089231707635714>. Acesso em: 18 maio 2021.

coletiva e empatia e ainda faz isso em um dos maiores canais do YT tocando Bach...", escreve Iamarino.

O público leigo também pode contribuir com o debate científico, com perguntas para os especialistas e compartilhamento de seus saberes. Vou citar outro exemplo. Na Divisão de Divulgação Científica da UFU nós produzimos o podcast Ciência ao Pé do Ouvido⁸. Em cada episódio, o público envia perguntas e comentários sobre o tema que será abordado e os cientistas entrevistados respondem e comentam. Antes da pandemia, nós gravávamos com as pessoas nas ruas; depois passamos a receber áudios no Whatsapp e mensagens nas redes sociais da UFU.

Eu poderia citar vários outros exemplos produtivos dessa relação entre cientistas, jornalistas e público, mas quero aproveitar a pergunta para mencionar outra questão importante: precisamos ter cuidado com informações que são divulgadas com aparência de científicas, mas que desinformam. Por exemplo, influenciadores digitais que compartilham dietas milagrosas, *coaches* que prescrevem como lidar com questões de saúde mental e toda a indústria de *fake news*. O conhecimento acumulado pela humanidade não é exclusividade dos acadêmicos, e mesmo as formalizações que a sociedade instituiu para atestar a credibilidade de alguém, como experiência comprovada, diploma e/ou registro profissional, não têm cem por cento de garantia contra erros. Mas são parâmetros importantes que conferem níveis de reputação e confiabilidade, seja a quem divulga ou às fontes consultadas por quem divulga.

6. Os termos são elementos característicos nos textos que abordam uma área de especialidade. Como esses tipos de vocábulos especializados são tratados na popularização do conhecimento? Eles são preservados? Quando são mantidos, como eles são definidos para os não cientistas?

Um jornalista científico pode avaliar se uma definição de um termo elaborada para leigos é eficiente para esse tipo de público?

⁸ Disponível em: <https://anchor.fm/cienciaaopedouvido>. Acesso em: 18 maio 2021.

Os termos técnicos podem ser evitados, substituídos ou explicados, e isso vai depender do veículo de comunicação, do tipo de mídia e da profundidade (ou não) da abordagem. Explicar uma ideia sem uso de termos técnicos, em geral, funciona melhor. No caso do *site* da UFU, considerando que é a página de uma instituição de ensino superior, optamos por um "meio termo": colocamos alguns termos técnicos quando são imprescindíveis para apresentar a pesquisa, mas todos esses termos devem ser acompanhados de explicação sobre seu significado. Mas, às vezes, até brincamos com a linguagem. Lembro agora que, em uma reportagem que divulgava um estudo sobre formigas, eu fiz analogias com as fábulas⁹. Já as mídias sociais, por exemplo, têm limitações de tamanho (um texto no Twitter deve ter até 240 caracteres; um vídeo no Story do Instagram deve ter até 15 segundos) e os conteúdos compartilhados nelas são lidos e assistidos muito apressadamente. Então, quase sempre, optamos por não utilizar termos técnicos nessas mídias. Entre as habilidades de um bom jornalista, de qualquer especialidade, está a capacidade de fazer escolhas lexicais para contar as informações e as histórias que apurou.

7. Hilgartner (1990) classifica os gêneros da comunicação científica entre *upstream*, correspondente aos gêneros acadêmicos e especializados, e *downstream*, referente aos gêneros da divulgação científica. De acordo com o autor, a delimitação entre esses dois aspectos não é nítida, pois se trata de uma questão de grau.

Pode-se observar que os gêneros discursivos oriundos da esfera *upstream* possuem características e nomes bem definidos, tal como o artigo científico, a tese e a dissertação. Por outro lado, há textos de divulgação, principalmente os publicados na *internet*, que parecem não ter uma nomeação específica, por exemplo, um texto conscientizando sobre o Coronavírus publicado no *site* do Ministério da Saúde, ficando entre as esferas *upstream* e *downstream*. Existe uma classificação que identifique esses tipos de publicações?

⁹ Disponível em: <http://www.comunica.ufu.br/noticia/2014/10/formiga-esperta-de-uberlandia>. Acesso em: 21 maio 2021.

Eu acredito que classificar os gêneros discursivos da divulgação científica seja como classificar quaisquer outros gêneros discursivos, justamente porque a divulgação científica é uma prática de comunicação sobre ciência com a sociedade em geral, ainda que cada projeto possa definir um público-alvo. Então, são muito comuns os textos de divulgação científica que se encaixam nos gêneros jornalísticos, como notícia, reportagem e artigo de opinião, mas também podem ser textos de divulgação científica as bulas de remédios, os manuais de instrução e/ou orientação, as campanhas publicitárias de conscientização, os relatos de experiência, as histórias em quadrinhos, as obras literárias etc. Por exemplo, nós temos, no portal Comunica UFU, uma seção chamada Leia Cientistas, na qual publicamos textos de divulgação científica escritos pelos próprios pesquisadores. Nossas orientações¹⁰ para o envio de textos são mais no sentido de uso de linguagem acessível, mas não delimitamos o gênero textual.

8. A divulgação do conhecimento científico pode ser vista como um ato de responsabilidade social, pois se procura informar a população geral sobre as ações realizadas dentro dos centros de pesquisa. Entretanto, atualmente, o negacionismo da ciência e a disseminação de notícias falsas, também conhecidas como *fake news*, vêm ganhando espaço nas mídias sociais.

Quais são as possíveis causas de tal resistência à ciência? Como esse problema é enfrentado na atualidade? Em sua opinião, o que falta para que o conhecimento baseado em evidências alcance mais pessoas?

A ciência vem passando por uma crise de desconfiança, assim como outras instituições das sociedades democráticas, por exemplo, a imprensa, o sistema judiciário e os próprios governos. Eu estou de acordo com a visão do pesquisador Yuriy Castelfranchi, que diz que a ignorância e a falta de formação científica não são as causas, mas sim os produtos da desinformação. Existem grupos que financiam a disseminação de informações falsas por meio das redes sociais, com o objetivo de gerar caos no debate

¹⁰ Disponíveis em: <http://comunica.ufu.br/noticia/2021/04/divulgue-sua-pesquisa-na-secao-leia-cientistas>. Acesso em: 20 maio 2021.

público, porque isso favorece grupos políticos antidemocráticos. São necessárias várias medidas para o enfrentamento desse problema, inclusive investigação no âmbito jurídico. No jornalismo, temos as agências de checagem de informação, como Agência Lupa e Aos Fatos, com um papel importante. Por parte da ciência, a divulgação científica é fundamental, porque aproxima os cientistas da população.

9. Existem fóruns e organizações que reúnem oficialmente jornalistas divulgadores da ciência?

Existem, sim, com formações, características e objetivos diferentes. Sou integrante da Rede Mineira de Comunicação Científica (RMCC), que reúne divulgadores da ciência vinculados a instituições que fazem pesquisa em Minas Gerais e que não é exclusiva de jornalistas. Um exemplo nacional que eu acompanho é a Rede Brasileira de Jornalistas e Comunicadores de Ciência (RedeComCiência). Há ainda organizações que se dedicam à pesquisa e à formação de divulgadores, como o Laboratório de Estudos Avançados em Jornalismo (Labjor), da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp). Outra iniciativa bastante inovadora é a Agência Bori, que conecta jornalistas e cientistas. Saindo do âmbito nacional, um grupo importante é a Red de Popularización de la Ciencia y la Tecnología en América Latina y el Caribe (RedPOP), formada por divulgadores e estudiosos da divulgação científica.

10. Mottha-Roth e Scherer (2016) comparam o discurso do jornalismo científico, resultado da hibridização entre a ciência e o jornalismo, a um ato pedagógico, pois se objetiva tornar público o desconhecido. Apesar da proximidade com o ensino, quais são as diferenças entre o material didático e o conteúdo de divulgação científica?

As diferenças se relacionam mais aos propósitos e aos contextos de envolvimento do público com cada material. O material didático se relaciona ao universo escolar, então, quando alguém o lê, provavelmente o faz em conjunto com o professor e os colegas,

como parte de um planejamento pedagógico com atividades que antecederam e que outras que vão suceder aquele momento, e a leitura desse material pode ser acompanhada de uma série de atividades de aprendizagem, como debates, redações, pesquisas etc. O conteúdo de divulgação científica, como venho dizendo, pode ter formatos muito variados. Se for uma reportagem de ciência, o repórter que a produziu deve ter procurado apresentar todas as informações mais importantes naquele texto, inclusive antecipando respostas para possíveis perguntas do seu público-alvo, ainda que a completude dessa tarefa seja sempre impossível. Se for uma publicação em uma rede social, possivelmente, o divulgador selecionou um conhecimento específico da sua área e o apresentou de forma simples, com possibilidade para interação de seus seguidores. E o curioso é que as reportagens e as publicações em redes sociais podem, também, compor o material didático! Mas aí voltamos para a diferença que falei no começo dessa resposta, que é a abordagem escolar, acompanhada pelo professor.

11. Em quais lugares é possível encontrar referências bibliográficas e materiais sobre a divulgação da ciência? Quais são os principais *sites* que trabalham com a popularização científica?

Para referências bibliográficas eu indico as páginas de publicações da Fiocruz¹¹, da RedPop¹² e do Labjor¹³. Nelas é possível encontrar livros, manuais e às vezes até cursos *on-line* sobre divulgação científica. Quanto aos *sites* que fazem divulgação científica, é claro, começo recomendando a nossa editoria Comunica Ciência¹⁴, dentro do portal de notícias da UFU. Também indico a revista Minas Faz Ciência¹⁵, da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig), e a Revista Fapesp¹⁶, da

¹¹ Disponível em: <https://portal.fiocruz.br/editora-fiocruz>. Acesso em: 21 maio 2021.

¹² Disponível em: <https://www.redpop.org/publicaciones-y-documentos>. Acesso em: 21 maio 2021.

¹³ Disponível em: http://www.labjor.unicamp.br/?page_id=1060. Acesso em: 21 maio 2021.

¹⁴ Disponível em: <http://www.comunica.ufu.br/ciencia>. Acesso em: 21 maio 2021.

¹⁵ Disponível em: <https://minasfazciencia.com.br>. Acesso em: 21 maio 2021.

¹⁶ Disponível em: <https://revistapesquisa.fapesp.br>. Acesso em: 21 maio 2021.

Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp). Existem muitos divulgadores para seguir em todas as redes sociais, como a microbiologista Natalia Pasternak, as jornalistas Sabine Righetti e Luiza Caires, e a *drag queen* Rita von Hunty, que aborda ciências humanas. Também há selos que reúnem vários canais de divulgação científica, como o Science Vlogs Brasil¹⁷ e o Science Blogs Brasil, que se uniu ao Blogs Unicamp¹⁸. Há ainda os diversos projetos de extensão e ações com comunidades, com foco mais local. Vinculado à UFU, por exemplo, nós temos o projeto Meninas da Física, que desenvolve atividades para incluir mais mulheres nas ciências exatas. Em Juiz de Fora, a cientista Zélia Ludwig criou o projeto "Para meninas negras na ciência". Uma forma de conhecer vários projetos como esses que existem pelo Brasil é acessar as páginas de apoiadores, como o Instituto Serrapilheira¹⁹. Por fim, indico que as pessoas procurem conhecer os projetos de divulgação científica onde elas estão. E, se não encontrarem, talvez seja oportuno começar a desenvolver um, junto com outros colegas interessados.

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Referências

HILGARTNER, S. The Dominant View of Popularization: Conceptual Problems, Political Uses. **Social Studies of Science**, Thousand Oaks, Califórnia, v. 20, n. 3, p. 519-539, 1990. DOI <https://doi.org/10.1177/030631290020003006>

MOTTA-ROTH, D.; SCHERER, A. S. Popularização da ciência: a interdiscursividade entre ciência, pedagogia e jornalismo. **Bakhtiniana**, São Paulo, v.11, n.2, p. 164-189, 2016. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/bak/v11n2/2176-4573-bak-11-02-0164.pdf>. Acesso em: 28 abr. 2021. DOI <https://doi.org/10.1590/2176-457323671>

¹⁷ Disponível em: <https://sciencevlogsbrasil.com.br>. Acesso em: 21 maio 2021.

¹⁸ Disponível em: <https://www.blogs.unicamp.br/sbbr/>. Acesso em: 21 maio 2021.

¹⁹ Disponível em: <https://serrapilheira.org/projetos>. Acesso em: 21 maio 2021.

MUELLER, S. P. M. Popularização do conhecimento científico. **DataGramZero - Revista de Ciência da Informação**, João Pessoa, v. 3, n.2, p. 1-11, 2005. Disponível em: https://repositorio.unb.br/bitstream/10482/990/2/ARTIGO_PopularizacaoConhecimentoCientifico.pdf. Acesso em: 27 abr. 2021.

PARAGUASSU, L. B. **Tradução especializada acessível (tea):** revisão do tema e proposta de disciplina para cursos de graduação em tradução. 272 f. Dissertação (Mestrado) – Instituto de Letras, Programa de Pós-Graduação em Letras, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2018.

ROCHA, M.; MASSARANI, L.; PEDERSOLI, C. La divulgación de la ciencia en América Latina: términos, definiciones y campo académico. *In*: MASSARANI, L. et al (org.). **Aproximaciones a la investigación en divulgación de la ciencia en América Latina a partir de sus artículos académicos**. Rio de Janeiro: Fiocruz - COC, 2017. p. 39-58.

Entrevista recebida em: 31.05.2021

Entrevista aprovada em: 15.07.2021