

Ciência em Ponto: análise da produção de conteúdos de divulgação científica para o Napi-EC¹

Artur Oliari Lira ²

Karin Cristina da Silva ³

Resumo

Este artigo tem como foco a análise e apresentação de produtos comunicacionais referentes à divulgação científica do projeto Novos Arranjos de Pesquisa e Inovação em Emergência Climática (Napi-EC) e a sua parceria com a Agência Escola da Universidade Federal do Paraná (AE/UFPR). O projeto financiado pelo Governo do Estado do Paraná organiza e municia pesquisadores para analisar e propor soluções para os efeitos da emergência climática no Estado. Neste trabalho, são apresentados 4 produtos audiovisuais, desenvolvidos pela AE e Napi-EC, e sua posterior análise segundo práticas do jornalismo ambiental e da divulgação científica. Como resultado se obteve que os conteúdos seguem preceitos do jornalismo ambiental, mas o formato limita a presença de outras fontes presenciais no conteúdo.

Palavras-chave

Agência Escola; Napi-EC; divulgação científica; jornalismo ambiental; emergência climática.

Novos Arranjos de Pesquisa e Inovação em Emergência Climática e a Agência Escola

Com um orçamento de 3,2 milhões de reais para 4 anos, fornecido pela Fundação Araucária, o Napi Emergência Climática (Napi-EC) tem como principal objetivo que o Estado do Paraná cumpra o seu compromisso assumido com o Protocolo de Paris e a Contribuição

¹ Trabalho apresentado no Painel Temático C – Estratégias comunicacionais em eventos climáticos extremos do XVII Simpósio Nacional da ABCiber – Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura. Universidade do Estado de Santa Catarina – UDESC, realizado nos dias 4 a 6 de dezembro de 2024.

² Mestre e doutorando em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (PPGCOM/UFPR); e-mail: arturoliarilira@gmail.com

³ Mestra e doutoranda em Comunicação (PPGCOM/UFPR); e-mail: karinsilva88@gmail.com.

Nacionalmente Determinada brasileira⁴. No projeto, estão envolvidos mais de 48 pesquisadores, de 8 instituições de ensino⁵ e diferentes áreas, como a Geografia, Oceanografia, Física, Engenharia Ambiental, Informática, Biologia e Comunicação, reunidos para apresentar soluções e análises sobre a emergência climática no Paraná.

A Agência Escola (AE) é um projeto de extensão da UFPR, nascido em 2018 e gerido financeiramente pela Fundação da Universidade Federal do Paraná (FUNPAR). É composta por um grupo multidisciplinar que reúne 7 professores doutores dos cursos de Jornalismo, Relações Públicas, Design, Comunicação Institucional e Gestão da Informação (Quadros *et al.*, 2024). Também atua com práticas da divulgação científica e de formação de cidadãos para a área, seja na graduação ou pós-graduação⁶. “Formamos e capacitamos diferentes atores no processo de pensar e divulgar ciência. Por isso, produzimos conteúdo para diversos públicos, formatos e mídias para você acompanhar de onde e como quiser. São reportagens, podcasts, audiovisuais e muito mais” (Agência Escola, 2024, sp).

Nesse cenário, a divulgação científica tem o papel de democratizar o acesso ao conhecimento científico e informar a sociedade de modo a conferir poder de ação e escolha ao cidadão (Bueno, 2020 *apud* Quadros *et al.*, 2024). Com um raciocínio parecido, há também críticas ao jornalismo no sentido que a cobertura desta editoria é marcada por superficialidade e falta de complexidade, como apontam Del Vecchio-Lima e Lira (2023) baseados em Frome (2008). Ao mesmo tempo, os autores apontam caminhos, inspirados em Bueno (2007), Girardi (2016) e Trigueiro (2016) para classificar o jornalismo ambiental de qualidade que foram analisados neste trabalho:

- a) atendimento ao interesse público e menos à lógica produtivista ou governamental; b) apontamento de soluções, rumos e perspectivas e não apenas problemas, enfatizando exemplos de boas práticas; c) diversificação de fontes, dando lugar a vozes não especializadas mas com experiências singulares; d) clareamento e didática ao mostrar a questão ambiental como parte do cotidiano dos cidadãos e da sociedade; e) relativização

⁴ <https://www.iaucaaria.pr.gov.br/napi-emergencia-climatica/>

⁵ Universidade Federal do Paraná; Universidade Tecnológica Federal do Paraná; Pontifícia Universidade Católica do Paraná; Universidade Estadual de Ponta Grossa; Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Universidade Estadual de Maringá, Universidade Estadual de Londrina, Universidade Estadual do Centro-Oeste e a Universidade Estadual do Paraná.

⁶ Agência Escola UFPR. Agência Escola UFPR. Disponível em: <https://agenciaescola.ufpr.br/agencia-escola-ufpr/>. Acesso em 4 set. 2019.

do valor imparcialidade, permitindo a emergência de visões comprometidas com a racionalidade ambiental, que é afeita a diversas subjetividades, fugindo de uma lógica economicista e tecnicista; f) textos menos fragmentados e mais contextualizados à moda de uma visão sistêmica que leva em conta, na medida do possível, o todo e não apenas partes de um problema (Del Vecchio-Lima; Lira; 2023, p. 7).

Divulgação científica: importância e desafios

Albagli (1996, p. 397), em artigo que discute o papel social das atividades de divulgação científica, a define como “o uso de processos e recursos técnicos para a comunicação da informação científica e tecnológica ao público em geral”. É importante entender que, apesar de próximas, ela é diferente da comunicação da ciência. Para Oliveira (2018), a disseminação de conhecimento científico refere-se à comunicação de resultados entre especialistas da área, para legitimação e reconhecimento acadêmico, como publicações em revistas científicas. Já a divulgação científica é voltada ao público leigo, com o objetivo de democratizar o conhecimento e promover a alfabetização científica. Essa prática envolve simplificar a linguagem acadêmica para torná-la compreensível e relevante para a sociedade.

Bueno (2010), ao falar sobre os objetivos principais de cada vertente, nos mostra que a comunicação científica, que é destinada a especialistas, busca disseminar informações técnicas e resultados de pesquisa, contribuindo para o avanço e validação do conhecimento dentro da comunidade científica; a divulgação científica, por sua vez, sendo voltada ao público leigo e visando democratizar o conhecimento científico, permite que cidadãos compreendam diversos assuntos pelo viés da ciência e participem de discussões sobre temas científicos que impactam suas vidas, seu cotidiano e a sua comunidade.

Segundo Albagli (1996), a popularização da ciência começou a tomar forma após a Revolução Científica (séculos XVI e XVII), com avanços significativos durante as Revoluções Industriais. Após a Segunda Guerra Mundial, a ciência tornou-se uma força produtiva estratégica, mas também atraiu preocupações sociais e ambientais. Já na década de 1960, a sociedade começou a exigir mais informações sobre os impactos da ciência, o que incentivou iniciativas de divulgação científica.

Pensando na reconfiguração da comunicação e divulgação científica pela midiatização, Oliveira (2018) explica que a forma como temos comunicado a ciência tem passado de um modelo tradicional, centrado em emissores legitimados e receptores passivos, para um modelo

mediado por mídias sociais e plataformas digitais. Desta forma, métricas digitais (como visualizações e engajamento em redes sociais) têm ganhado relevância na avaliação do impacto social da ciência. Ao mesmo tempo, plataformas como ResearchGate e Academia.edu permitem maior visibilidade e interação entre pesquisadores, mas também introduzem aspectos competitivos, como rankings e métricas de performance.

Oliveira *et al* (2017), em estudo sobre como o tema tem circulado no YouTube, demonstra que, atualmente, redes sociais e plataformas digitais permitem que múltiplos atores participem, rompendo a polaridade tradicional entre emissor legitimado e receptor passivo. No Brasil, a plataforma YouTube é a principal escolha dos brasileiros para consumo de vídeos, com mais de 15 horas semanais dedicadas a conteúdos online. E quando se trata de vídeos científicos, há desde produções institucionais até iniciativas independentes de entusiastas e *vloggers*. A mesma lógica é reproduzida em redes sociais de vídeos curtos, como o Instagram e o TikTok.

Considerando apenas a divulgação científica, tema deste trabalho, é importante pontuar que um dos aspectos que popularizou o aprendizado científico é justamente a abordagem simples, atraente e até lúdica sobre temas, muitas vezes, percebidos de forma equivocada pelo público leigo. Bueno (2010) pontua que na divulgação científica o discurso é simplificado e adaptado, utilizando recursos como metáforas e infográficos, muitas vezes comprometendo a precisão para facilitar a compreensão. Mas nós reforçamos que, de forma alguma, isso é um problema; pelo contrário, é importante utilizar ferramentas mais familiares para o público. No entanto, é igualmente importante não apelar para a sua infantilização.

Entre os desafios, é preciso resgatar a credibilidade do discurso científico. Para Oliveira (2018), a ciência precisa demonstrar relevância social, mas enfrenta desafios na adaptação da linguagem e formatos para alcançar públicos não especializados. Ao mesmo tempo, o uso de redes sociais introduz novas dinâmicas de legitimação, onde a ciência compete com discursos alternativos, incluindo pseudociências. E também convivemos com o aumento de informações falsas nas redes sociais, o que exige estratégias mais robustas de comunicação. Para Bueno (2010), ainda é preciso entender que a divulgação científica deve fomentar o diálogo entre ciência e sociedade, indo além de sua função informativa.

O jornalismo científico surte, então, para popularizar os resultados da ciência (Albagli, 1996), e é, ainda hoje, um dos principais veículos de divulgação científica. Ainda que

amplamente utilizado, é também alvo de críticas, como o sensacionalismo e a simplificação excessiva. Para a autora, a divulgação científica pode ser usada tanto para conscientizar a sociedade quanto para reforçar uma visão mistificada da ciência, por isso é essencial que cientistas e divulgadores, como os jornalistas, compreendam os contextos sociais, culturais e históricos da ciência. Por fim, a autora destaca a relevância da divulgação científica para o exercício da cidadania.

(...) apesar de todos os esforços já realizados para repassar informação científica e tecnológica para a sociedade em geral, popularizando a ciência e a tecnologia, é perceptível a persistência, e até ampliação, do *gap* de conhecimento científico-tecnológico entre os diferentes segmentos sociais, à medida que a absorção da informação científica ocorre diferenciadamente entre esses segmentos. Contraditoriamente, esse *gap* tem crescido, na mesma proporção em que mais informação técnico-científica é introduzida nos meios de comunicação de massa. Resta saber até que ponto as iniciativas de divulgação científica têm auxiliado na ampliação do exercício da cidadania, possibilitando uma escolha informada sobre as opções e os padrões de desenvolvimento científico-tecnológico, ou se, ao contrário, elas têm contribuído para criar necessidades artificiais impostas por modelos sociotecnocráticos e mercantis hegemônicos (Albagli, 1996, p. 403).

Metodologia

Neste trabalho, os conteúdos analisados possuem como foco temas de interesse público, como a emergência climática (CGEE, 2023), o Covid-19, a dengue e enchentes. A escolha do corpus parte de seus temas e sua relação com a parceria entre AE e o Napi-EC, veiculados no quadro Ciência em Ponto.

A Análise Temática (Braun & Clarke, 2006; Vaismoradi et al, 2013; 2016; King & Brooks, 2017), descrita como uma técnica flexível e independente de um arcabouço teórico ou epistemológico específico, é também considerada útil para identificar, organizar e interpretar padrões (ou temas) em dados qualitativos. É amplamente aplicada a diferentes contextos e tipos de dados, como entrevistas, grupos focais e fontes secundárias.

A técnica foi escolhida inicialmente para filtrar e delimitar o conteúdo que seria estudado nesta pesquisa, para então dar andamento à análise a partir de práticas do jornalismo ambiental e da divulgação científica. Ela permite olhar para unidades iniciais de análise, chamadas de códigos, que podem ser representados por comentários ou ideias breves que identificam trechos relevantes do texto para a questão de pesquisa. Um agrupamento de códigos, que representam os

temas, reflete padrões significativos nos dados. Um tema captura algo essencial em relação às questões de pesquisa e organiza ideias relacionadas (King & Brooks, 2017).

Segundo Braun e Clarke (2006), é possível aplicar a AT a partir de dois caminhos: primeiro, considerando temas semânticos, que se referem a significados explícitos, ou seja, o que é diretamente dito nos dados; a análise semântica foca no conteúdo manifesto, descrevendo os padrões identificados. O segundo trata de temas latentes, que exploram significados subjacentes, implícitos nas narrativas dos participantes; esses exigem uma análise interpretativa que vá além do que é diretamente dito, conectando os dados a conceitos teóricos ou contextuais.

Vaismoradi *et al* (2013) destacam que a AT compartilha semelhanças com a Análise de Conteúdo, como: a) o foco em padrões de significado nos dados; b) a manipulação de dados qualitativos por meio de codificação; c) o objetivo de identificar categorias significativas. Contudo, a AT é mais interpretativa e subjetiva, enquanto a AC tende a ser mais descritiva e estruturada. Ainda segundo os autores, a decisão sobre o que constitui um tema é guiada pela relevância para a questão de pesquisa, e não pela frequência com que aparece nos dados. Por isso, a análise deve ser conduzida com um equilíbrio entre descrição e interpretação, e os pesquisadores devem estar atentos para não introduzir suposições que comprometam a análise e para que os temas emergem genuinamente do corpus de dados.

Para aprimorar a metodologia e conduzir a análise, trazemos para a AT os preceitos do jornalismo ambiental, que busca não apenas informar sobre questões relacionadas ao meio ambiente, mas promover a conscientização e a responsabilidade socioambiental. Seus preceitos incluem: a) rigor e investigação, pois a cobertura ambiental exige apuração minuciosa e embasamento científico, especialmente em temas complexos como mudanças climáticas, desmatamento e poluição (Del Vecchio-Lima; Lira, 2023); b) interdisciplinaridade, uma vez que o jornalismo ambiental deve integrar conhecimentos de ecologia, ciências naturais, políticas públicas e economia, entre outras áreas do conhecimento, para oferecer uma visão abrangente dos temas (Frome, 2008); c) engajamento e educação, entendendo que além de informar, o jornalismo ambiental tem o papel de educar o público sobre práticas sustentáveis e a importância da preservação ambiental (Frome, 2008); e d) crítica e *advocacy*, pois, embora deva manter a imparcialidade, o jornalismo ambiental pode adotar uma postura crítica em relação a políticas e práticas que prejudicam o meio ambiente, defendendo sempre a sustentabilidade (Frome, 2008).

Também buscamos pontos de conexão com a divulgação científica, cujos preceitos incluem: a) tradução do conhecimento, pois a DC deve traduzir conceitos complexos em linguagem acessível, sem perder a precisão e o rigor (Albagli, 1996; Bueno, 2010); a democratização da ciência, considerando que a informação científica deve ser compartilhada de forma inclusiva, garantindo que diferentes públicos possam compreender e utilizar o conhecimento (Albagli, 1996); c) interatividade e uso de novas mídias, uma vez que, com a midiaticização da ciência, plataformas digitais e redes sociais tornaram-se espaços importantes para a divulgação científica, exigindo adaptação de linguagem e formatos (Oliveira, 2018; Oliveira *et al*, 2017); d) colaboração entre cientistas e comunicadores, pois esta parceria é fundamental para garantir a precisão das informações e a relevância dos temas abordados (Quadros *et al.*, 2023); e) engajamento público, considerando que a divulgação científica deve estimular a curiosidade e o pensamento crítico, incentivando o público a se envolver com questões científicas e ambientais (Bueno, 2010).

Ambas as áreas compartilham objetivos comuns, como a promoção da conscientização sobre questões ambientais e científicas, contribuindo para a formação de uma sociedade mais informada e engajada; o combate à desinformação, através de informações precisas e baseadas em evidências; e o estímulo à participação cidadã, encorajando o público a tomar decisões informadas e a participar de debates públicos sobre ciência e meio ambiente. Esses campos informam, educam e engajam o público, contribuindo para a construção de uma sociedade mais consciente e sustentável.

Sobre os trabalhos analisados

Foram observados e analisados 4 produtos comunicacionais desenvolvidos nos anos de 2023 e 2024, os primeiros da parceria entre Napi-EC e AE. O Ciência em Ponto é o marcador desses produtos audiovisuais, que possuem duração de cerca de 1 minuto, resumindo uma notícia produzida pela AE e que, portanto, possuem relação com a divulgação científica. Neste trabalho, todas as publicações escolhidas têm relação com a emergência climática, tema escolhido como central para a análise feita neste trabalho.

O formato do Ciência em Ponto traz alunos do curso de Jornalismo, que resumem as notícias, e utiliza recursos audiovisuais para ilustrar o que está sendo comunicado, além de

convidar o público para conferir uma reportagem sobre o tema. Na Tabela 1 é possível conferir os temas e os *links* dos vídeos analisados.

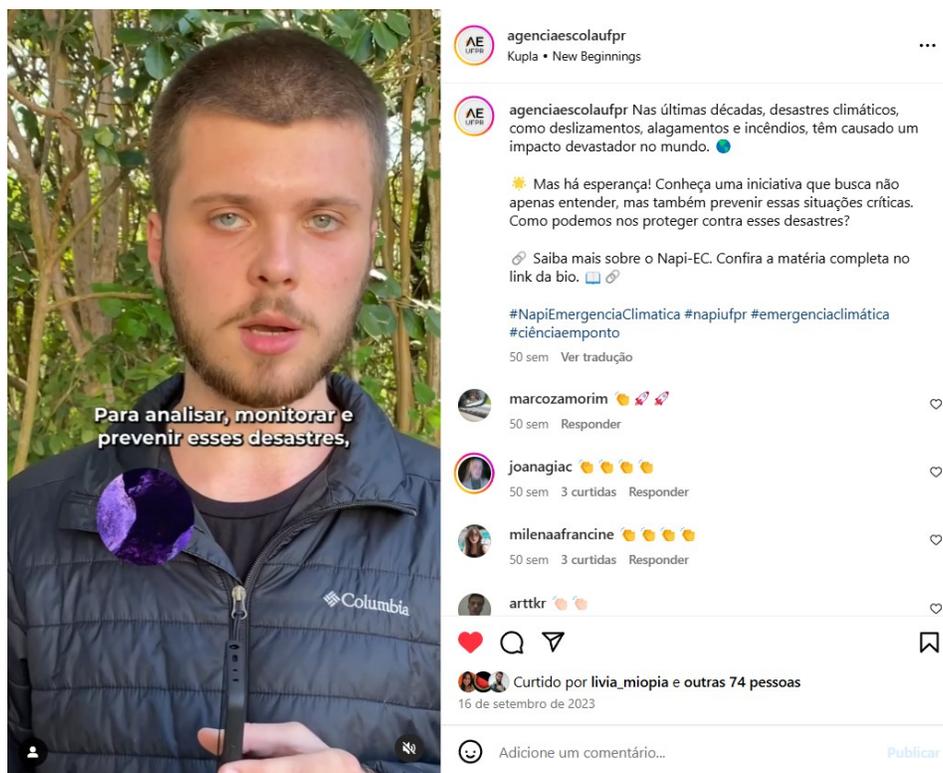
Tabela 1 – Conteúdos analisados neste artigo

Tema do conteúdo	Link correspondente
Matéria explica o que é o Napi-EC	https://www.instagram.com/p/CxQm7ansmyv/
Relação entre mortalidade por Covid-19 e poluição	https://www.instagram.com/p/Cy6lN3rOk3A/
Dengue e mudança climática	https://www.instagram.com/p/C7hmqerRZvW/
Enchentes no Rio Grande do Sul	https://www.instagram.com/p/C8faFcqxEVr/

Fonte: os autores (2024).

No primeiro vídeo, Rodrigo Matana, estudante de jornalismo, situa o público sobre mortes e prejuízos causados pela emergência climática. Também descreve o funcionamento do Napi-EC, cita as universidades envolvidas e os eixos de pesquisa. Aqui, o Napi-EC é apresentado como um instrumento que pode ajudar frente a emergência climática no estado, o que é um dos preceitos do jornalismo de solução e do jornalismo que lida com o tema. Traz também elementos de qualidade do jornalismo ambiental, que não retrata a natureza como fenômeno a parte da vida do ser humano. Neste último ponto, ainda é possível fazer paralelos com a postura incentivada pela divulgação científica, que nos ensina sobre a importância de conectar o assunto científico com o contexto e o cotidiano da audiência.

Figura 1 – Rodrigo Matana apresenta o Ciência em Ponto



Fonte: AE UFPR (2024).

O segundo vídeo fala sobre a pesquisa de Costa (2022), na qual se relacionam indicativos entre poluição atmosférica de bairros curitibanos com mortes por Covid-19. No vídeo, Leticia Barbosa e Artur Lira, respectivamente estudante de jornalismo e jornalista, explicam como foi realizada a pesquisa, os pontos principais e, por fim, convidam para acessar a matéria principal, feita em parceria com o Jornal Plural. Nesse caso, pela característica da pesquisa, não são apresentadas soluções, mas isso não é um problema. Olhando pela perspectiva da divulgação científica, é importante que a audiência tenha conhecimento de que a pesquisa científica pode apresentar soluções para um problema, mas às vezes o resultado é apresentar novos caminhos para que outros pesquisadores cheguem a soluções melhores. Por fim, a contextualização da pesquisa em questão fica por conta do tema e da exibição de imagens de cidades.

Figura 2 – Leticia Barbosa apresenta o Ciência em Ponto



Fonte: AE UFPR (2024).

No terceiro conteúdo, Giovani Seila, estudante de jornalismo, pergunta se o público sabe qual é a relação entre a mudança climática e a dengue, e em seguida a explica. Neste processo, ele aborda o projeto que monitora o avanço da dengue no Paraná relacionado ao clima. Além disso, relaciona o projeto conduzido pelo Laboratório de Climatologia do Departamento de Geografia da UFPR e o Napi-EC, explicando a importância da pesquisa para analisar e resolver questões da vida humana. Mais uma vez, o vídeo utiliza estratégias de divulgação científica para aproximar o tema abordado do cotidiano e da realidade das pessoas, além de utilizar recursos retóricos para tornar a explicação mais atrativa e de fácil entendimento para o público.

Figura 3 – Giovani Seila apresenta o Ciência em Ponto



Fonte: AE UFPR (2024).

O último vídeo tem apresentação de Alana Morzelli, estudante de jornalismo, no qual é apresentada a diferença entre mudança e emergência climática. Em sua abordagem, é contextualizada a situação das chuvas no Rio Grande do Sul para explicar a realidade do Paraná sobre essa questão. Ao fim, também convida o público para ações possíveis que possam diminuir os riscos da emergência climática. O vídeo é importante não apenas por trazer informação científica relevante para entender o contexto atual das mudanças climáticas e suas consequências para o cotidiano dos brasileiros, mas também por apresentar uma abordagem didática e interessante ao diferenciar dois conceitos teóricos/ científicos similares, mas que em essência não são o mesmo.

Figura 4 – Alana Morzelli apresenta o Ciência em Ponto



Fonte: AE UFPR (2024).

Considerações Finais

Com este trabalho, buscamos destacar a importância das ações para a formação de jovens comunicadores que atuem tanto na formação de outros profissionais, quanto na formação básica, enquanto divulgadores científicos. A AE é um projeto de formação que preza pela divulgação científica e, como visto nos produtos analisados, busca a articulação teórica e prática em seu desenvolvimento, desde o jornalismo voltado para soluções, quanto para as teorias do jornalismo ambiental e climático.

Partindo dos pontos de análise descritos no primeiro item deste resumo, é possível dizer que: 1) nos produtos analisados, aparecem temas importantes voltados ao interesse público, como: desastre climático, uso de recursos públicos, operação da ciência e saúde pública; 2) 3 dos 4 produtos apresentam soluções explícitas para os problemas apresentados; por outro lado, 3) o formato do Ciência em Ponto não permite a pluralidade de fontes, pois o foco é o resumo da

notícia em cerca de 1 minuto, chamando o público para lê-la; contudo, 4) há chamadas para o cotidiano dos cidadãos; 5) as visões são comprometidas com a racionalidade ambiental; e 6) apesar da fragmentação inerente ao formato, estão presentes visões sistêmicas quanto ao funcionamento da emergência climática.

Para futuros estudos, é possível analisar as perspectivas dos alunos que vivenciam esse processo de formação e entram em contato com as diferentes potencialidades do jornalismo científico e ambiental aqui apresentadas.

Referências

ALBAGLI, S. Divulgação científica: informação científica para cidadania. *Ciência da Informação*, Brasília, DF, v. 25, n. 3, p. 396-404, 1996.

BRAUN, V.; CLARK, V. Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research*, v. 3, n. 2, p. 77-101, 2006.

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. *Informação & Informação*, Londrina, v. 15, n. 1, p. 1-12, dez. 2010. DOI: <http://dx.doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15n1espp1>

CGEE. **Percepção pública da C&T no Brasil - 2023**. Disponível em: https://www.cgee.org.br/documents/10195/4686075/CGEE_OCTI_Resumo_Executivo-Perc_Pub_CT_Br_2023.pdf. Acesso em 4 de fev. 2025.

COSTA, G. da. **Poluição atmosférica espacializada em Curitiba durante a pandemia da Covid-19**. 2022. p. 136. Dissertação (Curso de Pós-Graduação em Engenharia Ambiental). Setor de Tecnologia, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, Paraná.

DEL VECCHIO-LIMA, M. R.; LIRA, A. O. REPORTAGENS INVESTIGATIVAS E COBERTURA DIÁRIA: requisitos para a busca de qualidade no jornalismo ambiental. **Comunicação & Inovação**. [S. l.]: USCS Universidade Municipal de São Caetano do Sul, 8 mai. 2023. DOI 10.13037/ci.vol24.e20238933. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.13037/ci.vol24.e20238933>. Acesso em:

FROME, M. **Green Ink: uma introdução ao jornalismo ambiental**. Curitiba: Editora UFPR, 2008.

GIRARDI, I. Entrevista a um dos autores (2016).

KING, N.; BROOKS, J. Thematic analysis in organisational research. In: **The SAGE handbook of qualitative business and management research methods: methods and challenges**. 2018.

OLIVEIRA, T. M. 'MIDIATIZAÇÃO DA CIÊNCIA: Reconfiguração do paradigma da comunicação científica e do trabalho acadêmico na era digital. **MATRIZES (ONLINE)**, v. 12, p. 101-126, 2018

OLIVEIRA, T. M.; EVANGELISTA, S.; TOTH, J. P.. A Ciência no Youtube: redes de autoridade e diferentes linguagens da Comunicação Científica na era digital. In: I Congresso Televisões, 2017, Niterói. **Anais do I Congresso Televisões**. Niterói: Proppi-UFF, 2017. v. 1.

QUADROS, C. I. de; RIBEIRO, R. R.; GRADIM, A.; GRUPILLO, A. COMUNICAÇÃO DA CIÊNCIA NA PRÁTICA: Os Casos da Agência Escola UFPR (Brasil) e do LabCom (UBI). **Revista Observatório**. [S. l.]: Universidade Federal do Tocantins, 31 dez. 2023. DOI 10.20873/uft.2447-4266.2023v9n1a44pt. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2023v9n1a44pt>. Acesso em:

TRIGUEIRO, A. Entrevista a um dos autores (2016).

VAISMORADI, M.; JONES, J.; TURUNEN, H.; SNELGROVE, S. **Theme development in qualitative content analysis and thematic analysis**. 2016.