



## “ATIÇANDO O FORMIGUEIRO”: O PODCAST COMO FERRAMENTA DE POPULARIZAÇÃO DA ENTOMOLOGIA

LIMA VIEIRA, Maria Eduarda<sup>1,2</sup>; SANTOS, Carolina<sup>1</sup>; CORREIA, Clover Ribeiro<sup>1</sup>; LEITE, Diogo<sup>1</sup>; ALMEIDA, Jefferson<sup>1</sup>; CHÂLINE, Nicolas<sup>1,2</sup>

<sup>1</sup>Laboratório de Etologia, Ecologia e Evolução dos Insetos Sociais, Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo.

<sup>2</sup>Programa de Pós-graduação em Psicologia Experimental, Instituto de Psicologia, Universidade de São Paulo. E-mail: [eduardalv@usp.br](mailto:eduardalv@usp.br)

Os podcasts são materiais gratuitos em áudio similares a programas de rádio que são disponibilizados na internet. Esse meio de comunicação vem crescendo a cada ano e tem sido cada vez mais inserido no cotidiano dos brasileiros, sendo o Brasil o país que mais cresce no mercado de podcasts. Os podcasts educacionais, por sua vez, se consolidaram como um novo meio de divulgação científica e recebem cada vez mais atenção. Nesse sentido, o podcast “Atiçando o formigueiro” foi criado em 2021 com o objetivo de ser a primeira iniciativa de podcast educacional sobre insetos no Brasil. O podcast tem episódios com formato de entrevistas com especialistas e duração média de 50 min. Também são produzidos episódios curtos abordando dúvidas, notícias e curiosidades sobre insetos sociais que duram cerca de 10 min. A pauta e o roteiro dos episódios são definidos considerando o interesse do público e da equipe editorial. Os programas são gravados e editados no software Audacity e disponibilizados em mais de cinco plataformas de áudio pela Spotify for Creators. Atualmente na sua quarta temporada, o programa conta com uma equipe de 11 membros e 51 episódios. O podcast conta com mais de 5 mil reproduções e 385 seguidores considerando apenas a plataforma Spotify, a mais utilizada pelo público. Nessa mesma plataforma, o programa é avaliado com cinco estrelas e está no top 10 podcasts mais ouvidos de 215 pessoas. A terceira temporada (2024) sozinha foi responsável por atrair 76% de novos ouvintes, levando também a um aumento de 56% do número de seguidores e 19% no número de reproduções. O episódio mais ouvido da terceira temporada teve 159% mais reproduções do que a média. Nosso público é ligeiramente masculino (46,2%), residentes do Brasil (89,8%), com faixa etária de 23 a 27 anos (35,9%), que utilizam o aplicativo Spotify (77,1%) em aparelhos Android (72,9%) para acompanhar o podcast. O projeto foi também responsável pela criação de uma exposição de arte em São Paulo. Além disso, a publicação dos episódios vem sendo divulgada em inúmeros veículos de comunicação como o Jornal da USP, página oficial do Instituto Nacional de Pesquisa do Pantanal, nas redes sociais do Instituto de Psicologia e em congressos científicos. Ao popularizar conhecimentos sobre insetos sociais de forma lúdica e acessível, buscamos destacar a importância desses animais, bem como das pesquisas que são desenvolvidas com eles.

**PALAVRAS-CHAVE:** Divulgação Científica; Insetos Sociais; Redes Sociais; Popularização da Ciência; Projeto de Extensão.

### AGRADECIMENTOS:

O projeto é financiado pela Universidade de São Paulo através do Programa Unificado de Bolsas (PUB) na vertente Cultura e Extensão. Também recebemos financiamento do PPG Psicologia Experimental através da verba PROEX.