



TALK SCIENCE AT HOME: UTILIZAÇÃO DE VÍDEOS E LIVES NAS REDES SOCIAIS PARA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

AIRTON SINOTT¹; JULIETI BUSS²; AMANDA HECKTHEUER³; ANA CLAUDIA OLIVEIRA DE FREITAS⁴, PATRÍCIA DIAZ DE OLIVEIRA⁵; MARIANA HÄRTER REMIÃO⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – antsinott@gmail.com

²Universidade Federal do Rio Grande do Sul - julietibuss@hotmail.com

³Universidade Federal de Santa Catarina – amandasheck@hotmail.com

⁴Universidade Federal de Santa Catarina – anaclaudia.olvf@outlook.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – bilicadiaz@yahoo.com.br

⁶Universidade Federal de Pelotas – mariana.remiao@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Divulgadores científicos ganharam espaço durante a pandemia de COVID-19, sendo responsáveis, principalmente, por filtrarem e trazerem informações de qualidade de maneira acessível à sociedade em geral (MATTA, 2021). O projeto Talk Science existe desde 2018 e, inicialmente, tinha como objetivo levar a discussão da ciência para dentro de bares e pubs na cidade de Pelotas. No entanto, com as restrições impostas pela pandemia da COVID-19, deu-se início em junho de 2020 o projeto “Talk Science at home”, que tem como objetivo atuar nas redes sociais levando informações científicas de maneira acessível, tanto para estudantes, quanto para a sociedade. Dentre as plataformas escolhidas para a divulgação científica, destaca-se o Instagram, plataforma na qual o perfil Talk Science (@TalkScience_) está inserido e atuando.

Sabe-se que a exposição constante dos usuários de internet à informações, seja de cunho informativo ou de entretenimento, têm levado a um desgaste, por parte dos usuários, a determinados conteúdos (GUNARATNE, 2020). Sendo assim, o perfil @TalkScience_ busca produzir conteúdos de forma leve e descontraída, visando uma leitura rápida e fácil. Os conteúdos produzidos são baseados em informações de qualidade e são majoritariamente apresentados em forma de imagens e esquemas, buscando uma estética atrativa e didática. No entanto, alguns assuntos necessitam ser melhor explorados e, portanto, o uso de vídeos apresenta-se como um recurso extremamente interessante para a divulgação científica nas redes sociais.

O uso de vídeos e *lives*, seja no Youtube ou no Instagram, permite ao usuário um fluxo de informação centralizado, possibilitando a abordagem de diversos assuntos com diferentes níveis de complexidade. Além disso, o algoritmo das plataformas permite que o conteúdo seja entregue a públicos diversos (JILLWRREN, 2021), revelando mais uma vantagem destes recursos. Buscando a divulgação de informações acerca da ciência, o Talk Science realizou dois eventos virtuais em formato de *lives* no Youtube e Instagram, chamadas de “Lives Científicas”, além de um quadro intitulado “Talk Meeting”, com intuito de entrevistar graduados em biotecnologia para compartilharem suas trajetórias, percepções e experiências relacionadas à carreira de biotecnologista.

Com isso, o objetivo deste trabalho é avaliar a utilização de *lives* e vídeos nos perfis do projeto Talk Science no Instagram e no Youtube, no período de janeiro a julho de 2021, como ferramenta de divulgação científica e recurso para a aproximação da sociedade com a biotecnologia.



2. METODOLOGIA

2.1 Delineamento do projeto

A equipe do Talk Science é composta por 14 integrantes, 3 da graduação, 6 da pós-graduação, e é supervisionada por 5 professoras do curso de graduação em biotecnologia. O projeto intitulado “Talk Science: divulgação da ciência e da Biotecnologia” está depositado junto ao Conselho Coordenador do Ensino, da Pesquisa e da Extensão sob número 4201.

Reuniões virtuais semanais foram feitas para discussão a respeito dos conteúdos a serem postados e dos eventos virtuais a serem executados. Para a confecção dos *posts* e arte dos vídeos, foi utilizada a plataforma Canva (www.canva.com). Para a produção de vídeos foram utilizados os softwares OBS Studio para gravação e transmissão, Shotcut para edição, e Kapwing para legendar os vídeos, garantindo a acessibilidade. Os gráficos apresentados foram criados utilizando o editor de planilhas Microsoft Excel.

2.2 Lives científicas

As *lives* científicas foram criadas com o intuito de esclarecer assuntos polêmicos e complexos para a sociedade. Para a organização, o grupo realizou reuniões virtuais para escolha dos temas e de convidados palestrantes que tivessem afinidade com tais assuntos. A partir do aceite do convite por parte do palestrante, os membros da equipe preparam publicações de aviso aos seguidores com informações referentes à data, ao horário, à plataforma de transmissão, o convidado e o assunto a ser discutido. Tais informações foram postadas no perfil do Instagram @TalkScience_.

Na 1ª *live*, foi escolhido o tema “Vacinas contra o coronavírus: dúvidas e atualizações” com o divulgador científico Gustavo Moreira (@moreira.gmsm). A *live* foi ao ar no dia 28/01/2021, transmitida pela plataforma Instagram com 1h e 23 minutos de duração e disponibilizada na íntegra em formato *IGTV*. Os dados de engajamento avaliados foram obtidos pelo próprio Instagram.

Na 2ª *live* foi realizada no dia 27/05/2021 com 1h e 17 minutos de duração com transmissão pelo canal do Youtube, a fim de ampliar o público alvo. Na ocasião, o tema escolhido foi “A biotecnologia no Brasil e as oportunidades para empreender” com o Prof. Dr. Odir Dellagostin, atual diretor presidente da FAPERGS e presidente do CONFAP, dois órgãos de relevância no contexto da biotecnologia no Brasil. Após uma semana, uma prévia de dois minutos foi postada no *IGTV*. Os dados obtidos foram coletados pelo Youtube e Instagram e a *live* foi disponibilizada na íntegra no canal @talkscience_ufpel.

2.3 Talk Meeting

Com o intuito de divulgar as experiências e os projetos desenvolvidos por alunos da biotecnologia, a equipe Talk Science iniciou no segundo semestre de 2021, um quadro denominado “*Talk Meeting*”. A proposta deste quadro é apresentar vídeos curtos com os entrevistados de forma descontraída em formato de bate-papo entre 5 e 10 minutos. Três episódios foram realizados entre junho e julho de 2021 e contaram com três convidados, sendo eles: Mariana Fronza (#Episódio 01), Everton Bettin (#Episódio 02), e Amanda Hecktheuer (#Episódio 03). Os vídeos foram disponibilizados no Instagram por meio do *IGTV* e também no Youtube. Para a organização e produção dos vídeos, os entrevistados foram convidados individualmente, e junto ao convite, receberam um *script* contendo os possíveis tópicos a serem abordados na entrevista. O encontro do entrevistado



com o entrevistador, colaborador do Talk Science, ocorreu pela plataforma Google Meet. Os dados gerados deste quadro foram obtidos através do Instagram.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O Talk Science conta com 1154 seguidores no Instagram, e até julho de 2021, realizou 2 *lives* científicas e 3 episódios de “*Talk Meeting*”. Os dados apresentados na **Tabela 1**, ilustram a interação do público com as publicações referentes à organização das *lives* realizadas pelo Talk Science, em 2021. Conforme podemos observar, as publicações referentes a 1^a *live* atingiram, em média, 468 contas no Instagram, variando de 395 à 539 contas alcançadas, somando um total de 160 curtidas para as 4 publicações. Além disso, podemos observar que publicações referentes à 2^a *live* atingiram em média 535 contas, tendo alcance de até 747 contas no Instagram, totalizando 268 curtidas entre as 5 publicações.

Tabela 1: Dados das publicações referentes a 1^a e a 2^a Live do Talk Science.

Evento	Publicações	Curtidas	Envios	Salvamentos	Interações	Contas alcançadas	Impressões
1 ^a Live	4	40 (33 a 47)	20,5 (6 a 54)	0,75 (0 a 1)	12,5 (4 a 23)	468 (395 a 539)	518,75 (455 a 549)
2 ^a Live	5	53,6 (35 a 92)	16 (4 a 38)	1,8 (0 a 5)	18 (5 - 38)	535 (355 a 747)	592,8 (411 a 816)

*Publicações: valores totais; *de “Curtidas” a “Impressões”: média (valor mínimo a valor máximo observado).

Conforme observado na **Fig.1A**, o vídeo postado no Instagram referente a 1^a *live* e a prévia da 2^a *live* alcançaram um total de 415 e 351 visualizações, respectivamente, comprovando o interesse do público no conteúdo em vídeo realizado pelo projeto Talk Science. Além disso, a 2^a *live*, transmitida pelo Youtube (**Fig.1B**), apresentou em média 71 pessoas presentes na sala, alcançando um total de 242 pessoas presentes no total no dia da *live*. Conforme observado, a postagem da prévia no perfil do @talkscience_ impulsionou 67 novas visualizações no Youtube, totalizando 309 visualizações até o dia 17/07/2021, sinalizando uma interessante complementação das plataformas. Junto a isso, observamos maior engajamento do público na 2^a *live*, alcançando 172 comentários e 69 curtidas, quando comparado a 1^a *live*, que obteve apenas 5 comentários e 62 curtidas. Considerando os resultados de engajamento, parece haver uma maior aceitação dos usuários pela plataforma Youtube para transmissão de *lives*.

Além das *lives*, também observamos uma aceitação do público em relação ao novo quadro “*Talk Meeting*”, que resultou em um total de 674 visualizações, 96 curtidas e 49 compartilhamentos (**Fig. 1C**). O *Talk Meeting* mostra-se um quadro em potencial crescimento e que há interação e aumento do engajamento com o público, através de seu formato IGTV, que possibilita o compartilhamento direto das publicações. Este quadro pode passar ainda por modificações buscando maior alcance e divulgação da carreira do biotecnologista.

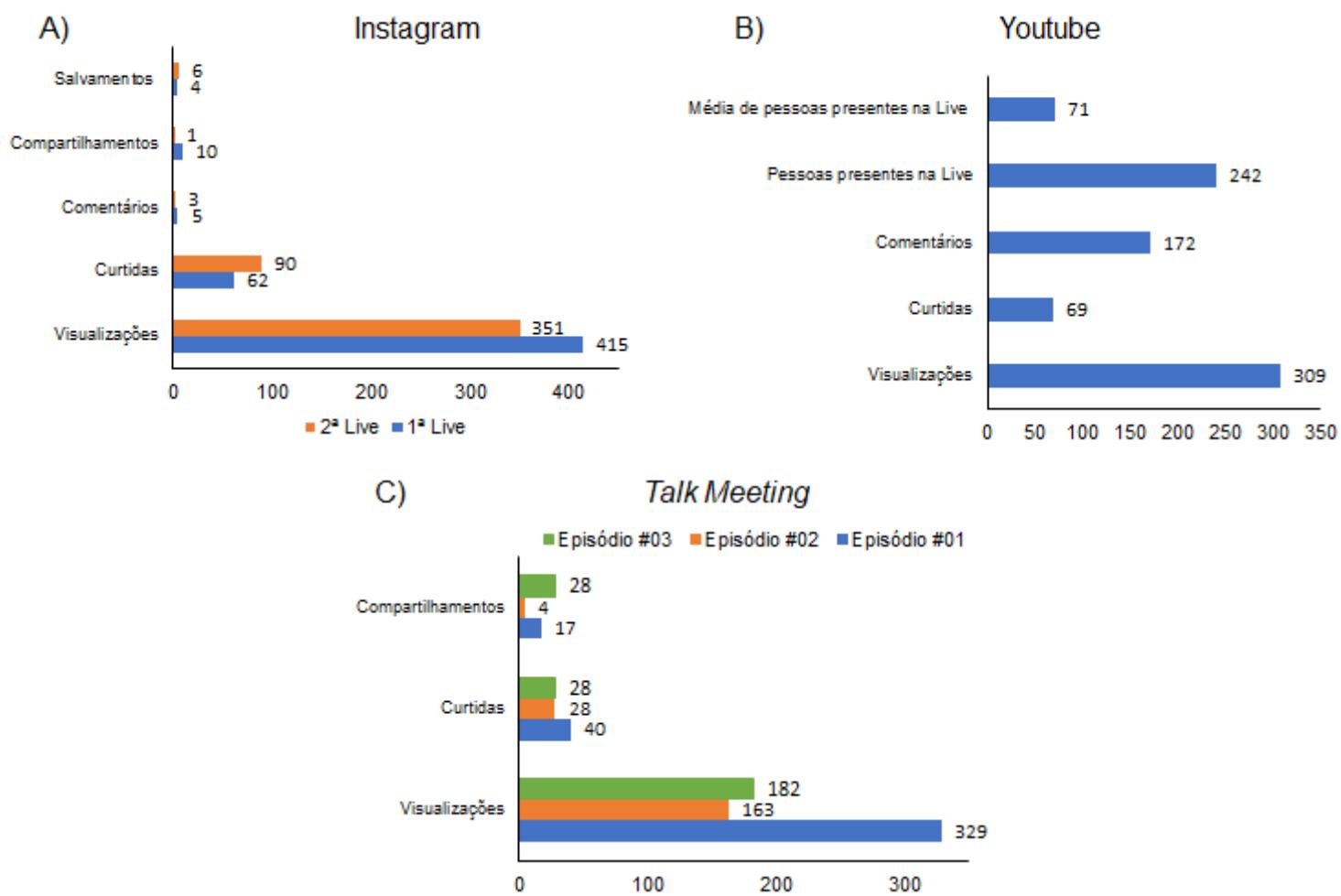


Figura 1: Dados obtidos a partir dos *insights* gerados pelo instagram e youtube até a data de 19/07/2021. (A) Live e prévia no instagram; (B) Live no youtube (C) Talk Meeting.

4. CONCLUSÕES

A partir dos dados obtidos podemos concluir que ambos os quadros “Talk Meeting” e “Lives Científicas” estão sendo bem aceitos pelo público alvo do projeto Talk Science. Além disso, para a transmissão de lives, observamos um maior engajamento do público na utilização da plataforma Youttube em relação ao Instagram. Portanto, a plataforma Youttube deverá ser melhor explorada pelo Talk Science como recurso para divulgação científica. Por fim, acrescentamos que é de extrema relevância que perfis de divulgação científica, durante o estabelecimento de novas abordagens, avalie a aceitação do seu público a cada nova ação, visando assim atender às suas necessidades e preferências.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- GUNARATNE, C., Rand, W. & Garibay, I. Inferring mechanisms of response prioritization on social media under information overload. *Sci Rep* 11, 1346 (2021). <https://doi.org/10.1038/s41598-020-79897-5>
- JILLWRREN. This is How The Instagram Algorithm Works in 2021. Later Blog. Disponível em: <<https://later.com/blog/how-instagram-algorithm-works/#IGTV>>. Acesso em: 4 Aug. 2021.
- MATTA, G. Science communication as a preventative tool in the COVID19 pandemic. *Humanit Soc Sci Commun* 7, 159 (2020). <https://doi.org/10.1057/s41599-020-00645-1>