

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 prepararam 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 1ª *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 2ª *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 1ª e a 2ª Live do Talk Science.

Evento	Publicações	Curtidas	Envios	Salvamentos	Interações	Contas alcançadas	Impressões
1ª 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)
2ª 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 1ª *live* e a prévia da 2ª *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 2ª *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 2ª *live*, alcançando 172 comentários e 69 curtidas, quando comparado a 1ª *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.

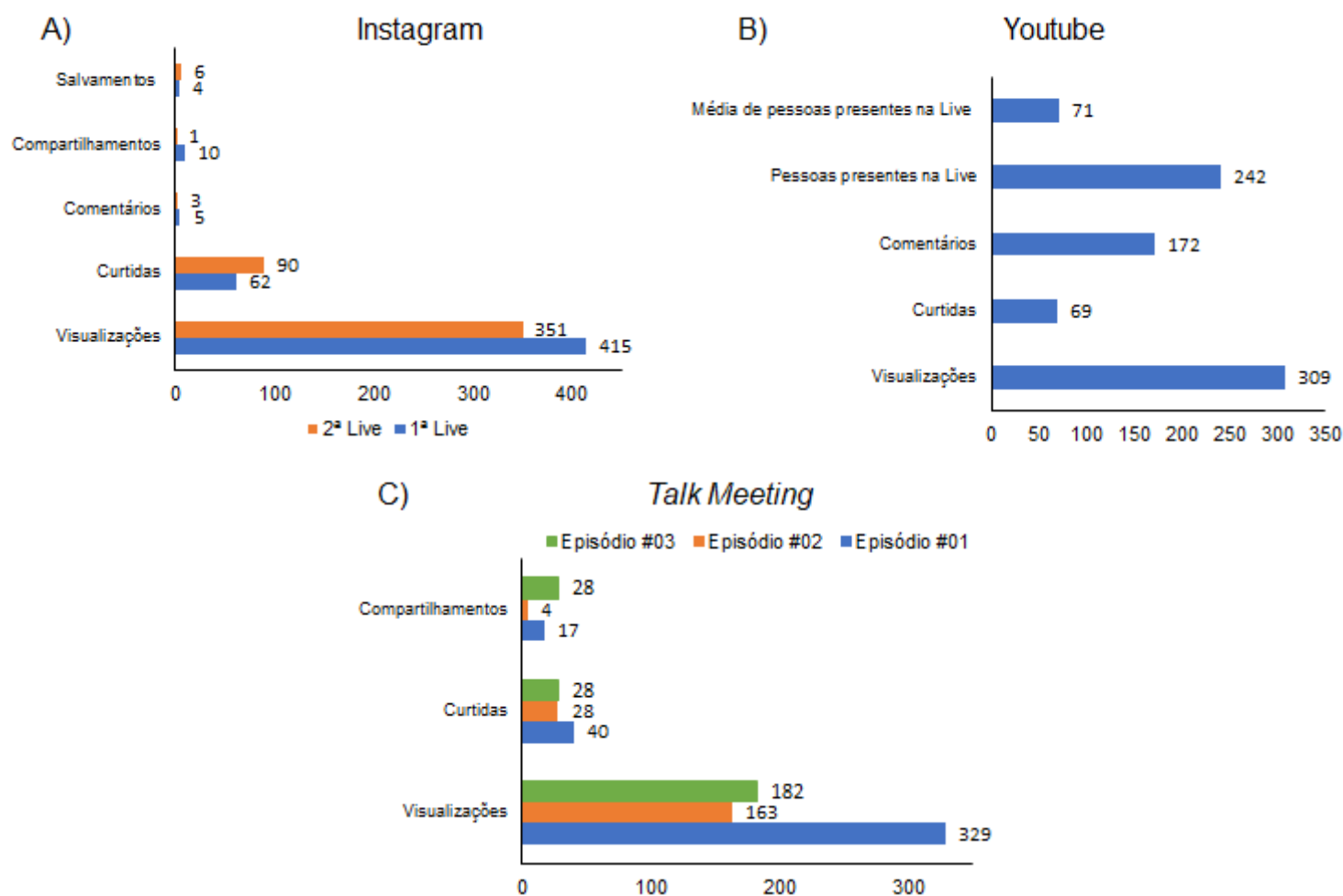


Figura 1: Dados obtidos a partir dos *insights* gerados pelo instagram e youtube até a data de 19/07/201. (A) Live e prévia no instagram; (B) Live no youtube (C) Talk Meeting.

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 Youtube em relação ao Instagram. Portanto, a plataforma Youtube 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>