

ARQUEOLOGIA DAS EPIDEMIAS: DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA EM TEMPOS DE PANDEMIA

HELOISE DE OLIVEIRA WOEHL¹; PEDRO HENRIQUE CAETANO²; ISABEL BUENO CAETANO³; CAROLINE DOS SANTOS SAVEDRA⁴; CAMILA QUEVEDO OPPELT⁵; RAFAEL CORTELETTI⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – heloisewoehl@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – caetanoph00@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – isabel.bcaetano@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – contato.carol230@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – caoppelt@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – cortelettipd@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

A divulgação científica através de meios digitais está cada vez mais presente e, portanto, ressaltando sua influência em nosso cotidiano. O projeto *Arqueologia das Epidemias*, vinculado ao colegiado do curso de Arqueologia, do Instituto de Ciências Humanas da Universidade Federal de Pelotas, é um exemplo desse esforço. O objetivo deste trabalho é mostrar as ações extensionistas realizadas pelo projeto no *Instagram*, *Facebook* e *YouTube*, além de abordar o crescimento e a necessidade do meio acadêmico expandir seu contato com a comunidade em geral através das plataformas digitais. Importante ressaltar que este projeto é financiado com bolsas de extensão (PREC - UFPel) e de iniciação científica (PIBIC - CNPQ).

A execução e difusão do projeto Arqueologia das Epidemias através das redes sociais debruça-se sobre alguns fatores que merecem atenção. A inegável característica das tecnologias de conectividade, por exemplo, presentes no século XXI, suas “ciberculturas” e seus “ciberespaços” (MENEZES et al., 2020), que se acentuaram durante a pandemia (reflexo da necessidade de distanciamento e isolamento social). Assim, a elaboração de conteúdos para divulgação científica, através de uma comunicação simples e rápida nas redes sociais (ANTUNES, SEBASTIÃO, 2020), é percebida como vantajosa para difundir informações, fazendo o uso de fontes confiáveis (em especial artigos e livros científicos), e, não menos importante, para se fazer presente na luta contra as *fake news* e o negacionismo da ciência.

O meio digital das redes sociais, onde a informação é construída, armazenada e projetada, se coloca como “parte da cultura material” (GRIMALDI et al., 2019) contemporânea por meio do armazenamento de informações em formato digital. Dessa forma, as redes sociais se tornam um lugar de diálogo e de memória (MENEZES et al., 2020; GRIMALDI et al., 2019), fazendo paralelos entre presente e passado e, assim, fornecendo uma dinâmica mais reflexiva que foca tanto nas informações que são fornecidas quanto nas ferramentas utilizadas.

A pandemia de covid-19 acelerou um processo de transição, e impulsionou a reflexão e a utilização de novas formas de tecnologias de conectividade que, a partir dessa situação global, se provaram efetivas na qualidade de facilitar relações e encurtar distâncias. Logo, o *Arqueologia das Epidemias* se coloca como mais um dos resultados dessa transição acelerada e/ou forçada, no qual uma adaptação temporária nos permite refletir sobre e criar novas necessidades e oportunidades relacionadas à produção e divulgação científica.



2. METODOLOGIA

Para executar de maneira remota o projeto utilizamos diariamente o *WhatsApp* para troca de informações sobre a organização e andamento das produções que serão encaminhadas à publicação nas redes sociais. A escolha de uso do *Instagram* e *Facebook* se deu pela versatilidade que apresentam, visto que possibilitam uso de imagens, vídeos, *lives*, *hashtags*, *stories* (que permitem o uso de enquetes e demais interações). Também é utilizado o *chat* destas plataformas, que torna acessível o contato direto com os seguidores. Já para o público que vai em busca do conhecimento especificamente através de vídeos, há o canal do projeto no *YouTube*, com produções audiovisuais mais elaboradas nos quesitos tempo e pesquisa.

Todo o conteúdo das postagens é transformado e adaptado, onde os temas giram em torno da arqueologia unida à epidemias. Essa necessidade decorre de estarmos realizando divulgação científica, tendo entre o público envolvido também leigos nos temas da arqueologia e das pandemias. A utilização de um vocabulário hermético pode afastar o público, criando barreiras de acessibilidade (BUENO, 2010). Buscamos, portanto, “*democratizar o acesso ao conhecimento científico e estabelecer condições para a chamada alfabetização científica*” (BUENO, 2010) com uma linguagem acessível que contemple a população acadêmica e não acadêmica, de forma didática, em postagens sucintas que mesclam informações visuais e escritas. As produções seguem um cronograma fixo, sendo as segundas-feiras o dia para compartilhar a postagem nova nas redes sociais; terças-feiras para um *Quiz* interativo, com perguntas direcionadas ao conteúdos postados recentemente; quartas-feiras para repostagem nos *stories* do *post* de segunda; quintas-feiras para um *TBT* interativo nos *stories*, realizado quinzenalmente, de forma a relembrar as postagens antigas; e sextas-feiras para aprovação em grupo, com todos da equipe do projeto, sobre a próxima postagem da semana. Já as produções em vídeo possuem mais flexibilidade, visto que demandam maior tempo de pesquisa e produção. Com a intenção de promover um momento de os(as) profissionais especializados(as) dirigirem-se diretamente a nós e ao público com o debate da área, realizamos quatro “Lives Pandêmicas” no canal do *YouTube*.

Todos esses itens buscam criar um conteúdo que estabeleça um vínculo com quem estiver lendo. Isso faz com que a veiculação da informação ocorra de forma mais direta na relação fonte-público, e “*dispensando a mediação, potencializa-se, com mais facilidade, a interação (as pessoas podem dirigir-se diretamente à fonte e eliminar dúvidas; pedir maiores esclarecimentos) e a qualidade das informações é preservada.*” (BUENO, 2010). Fica, portanto, um espaço aberto para “*aproximação e diálogo*” (BUENO, 2010). Em todas as publicações se faz a presença obrigatória das fontes bibliográficas utilizadas na produção das mesmas, viabilizando uma segurança quanto a veracidade, combatendo quaisquer indícios de dados de caráter duvidoso com o uso de textos científicos. Para acompanhamento e análise das publicações realizadas, sobre quem é nosso público e onde ele está inserido, estão sendo utilizados os dados quantitativos contabilizados e fornecidos por cada plataforma.



3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com a estreia do projeto em julho de 2020, foram iniciadas as postagens no *Instagram*, que conta atualmente com 62 postagens e 1.201 seguidores. O público desta plataforma está, em sua maioria, no Brasil, mas 2,6% deles estão localizados em países como Portugal, Colômbia e Estados Unidos, revelando a capacidade de difusão informativa que esta rede tem. Os seguidores localizados no Brasil estão principalmente em Pelotas (11,1%), São Paulo (7,2%) e Belo Horizonte (6,7%), revelando, ao mesmo tempo, um vínculo local e um potencial para atingir os grandes centros urbanos e intelectuais do país. A faixa etária predominante no *Instagram* é a de 25-34 anos (38,8%) e quanto ao gênero, são 60,7% de seguidoras mulheres e 39,2% de homens.

Já no *Facebook*, que passou a ser utilizado em Outubro de 2020, foram replicadas as postagens do *Instagram* e segue atualmente com publicações simultâneas. Todavia os dados numéricos apresentam diferenças interessantes. No *Facebook* foram realizadas 61 postagens e a página conta com 411 seguidores até este momento. Da mesma forma que no *Instagram* os seguidores estão em sua maioria no Brasil (97,4%), distribuídos principalmente em Pelotas (35,6%), Mafra, SC (11,3%) e Rio Grande, RS (4,4%), revelando um alcance regionalizado mais ao sul do Brasil. Já os dados de outros países se igualam ao do *Instagram*. A faixa etária predominante no *Facebook* é a de 18-24 anos (38,3%) e quanto ao gênero são 59,6% de seguidoras mulheres e 38% de seguidores homens.

A entrada no *YouTube* se deu no final de setembro de 2020, tendo hoje 105 inscritos e dez vídeos publicados, sendo destes quatro *lives*. Esta rede não apresenta dados dos seguidores com tantos detalhes como as outras redes sociais, então não há como informar essas estatísticas.

Toda cultura material está diretamente ligada ao ser humano e, assim como o humano passou - e passa - por inúmeras transformações e adaptações, é certo que a sua cultura material o acompanha. Então, observando esse meio digital que marca tamanha presença em nosso cotidiano, é inevitável enxergar a arqueologia nele, o qual adentrou na área ao se pôr como uma cultura material desta era, a digital, com a cibercultura. Nessa junção de informações digitais onde as mais variadas manifestações pessoais e grupais acontecem, percebe-se que o meio virtual se qualifica como um “*propagador da memória social*”, sendo um “*ambiente para a organização e a memória do conhecimento*” formando uma “*preservação da memória através do acesso livre, com possibilidade de aproximar pessoas, objetos e suas memórias no tempo e espaço*” (LAZZARIN, AZEVEDO NETTO, SOUSA, 2015).

“[...] a informação possui um suporte, não podendo assim ser considerada neutra e destituída de forma. Apesar de fugir ao tradicional objeto palpável, como livros que podem ser impressos, os vídeos que podem ser gravados em cassetes ou dvd's, a informação digital mantém sua materialidade ligada a sua existência.” (GRIMALDI et al, 2019)

A mudança está, portanto, na “natureza da informação”, visto que “o ambiente antes estático e sólido, agora é leve, líquido, fluido e dinâmico, assim como a cultura, as relações e seus objetos (BAUMAN, 2001 apud GRIMALDI et al., 2019).



4. CONCLUSÕES

Ao presenciarmos a transformação dos espaços de formação de memória, pudemos relacionar as discussões e reflexões atuais espelhando-as em momentos históricos, viabilizando àquelas pessoas distantes do âmbito acadêmico diversas reflexões que de outra forma não atingiram tais espaços. O acesso à tecnologia vem se moldando ao cotidiano, e a qualidade das informações que se apresentam em canais como as redes sociais são muito questionáveis. Com a veracidade das informações em jogo, o projeto se propôs a não somente entregar postagens, mas também criar um canal onde as fontes são destacadas para um possível aprofundamento maior do seguidor. A importância da criação desse canal confiável que possibilita a interação, revisitação e o questionamento das informações, segue essa transição de relações sólidas para um âmbito fluido. Isso permite que o observador tenha controle de quando e como deseja acessar esse universo que a ele se apresenta de forma quase opcional.

O projeto, de forma experimental, percebe e reflete a necessidade de que o espaço virtual seja repensado e utilizado de formas variadas, para atingir novos nichos populacionais que a solidez da academia e dos museus muitas vezes não alcança. A intenção não é a de substituir as formas tradicionais e sólidas, mas buscar acompanhar a emergência de canais digitais e onlines para divulgação e discussão da história e sociedade. Sendo assim, enfatizamos a importância de ações que unificam ensino, pesquisa e extensão universitária, mostrando-se, cada vez mais, ser algo necessário, proveitoso e inclusivo à outras formas de saberes.

1. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANTUNES, C.; SEBASTIÃO, S. P. **Desafios éticos nas redes sociais online: a produção de conteúdos e a opinião dos profissionais.** Cuadernos.info, (46), 222-248, 2020. Acessado em 23 mai. 2021. Online. Disponível em: <https://doi.org/10.7764/cdi.46.1473>.

BUENO, Wilson Costa. **Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais.** 2010. Acessado em 23 mai. 2021. Online. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15n1espp1>.

GRIMALDI, Stphanie Sá Leitão et al. **O patrimônio digital e as memórias líquidas no espetáculo do Instagram.** Perspectivas em Ciência da Informação, v. 24, n. 4, p. 51-77, 2019. Acessado em 23 mai. 2021. Online. Disponível em: <http://hdl.handle.net/20.500.11959;brapci/126874>.

LAZZARIN, F.; AZEVEDO NETTO, C. X.; SOUSA, M. R. **Informação, memória e ciberespaço: considerações preliminares no campo da Ciência da Informação no Brasil.** TransInformação, Campinas, v. 27, n. 1, p. 21-30, jan./abr. 2015. Acessado em 23 mai. 2021. Online. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/0103-37862015000100002>.

MENEZES, Jaileila de Araújo et al. **A contação de histórias no Instagram como tecnologia leve em tempos pesados de pandemia.** Psicol. Soc., Belo Horizonte, v. 32, e020012, 2020. Acessado em 23 mai. 2021. Online. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1807-0310/2020v32240330>.