



Cientistas nas Mídias Sociais em Tempos de Pandemia: Uma Análise dos Canais de Influenciadores Digitais Como Fontes de Informação

Rubia Anyê Cassol

Universidade Federal do Amazonas
Rubiaccassol16@gmail.com

Cristiane de Lima Barbosa

Universidade Federal do Amazonas
crisbarbosa@ufam.edu.br

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo geral de verificar como cientistas brasileiros contribuíram para a Divulgação Científica (DC) em mídias sociais digitais no combate à desinformação sobre a Covid-19. Para isso, escolheu-se dois importantes cientistas brasileiros para esta análise: Átila Iamarino e Lucas Zanandrez (Olá, ciência!), pela relevância e audiência expressiva nas mídias sociais digitais. Como percurso metodológico, o trabalho de cunho exploratório e descritivo se dará por meio de uma metodologia mista, envolvendo análises quantitativas e qualitativas. Para tanto, será aplicada a Análise de Conteúdo (BARDIN, 2004) que vai diagnosticar como ocorreu a divulgação de temas relacionados à Covid-19 em mídias sociais digitais, que passaram por desinformação viral na internet, na primeira, segunda e terceira onda da pandemia. Assim, essa proposta tem relevância acadêmica para o curso de Jornalismo, a qual busca fortalecer o processo de investigar o papel da DC para reduzir a desinformação na internet.

Palavras-Chave: Divulgação científica; desinformação; influenciadores digitais; mídias sociais digitais.



1. INTRODUÇÃO

Com o início da pandemia, em 2020, foi reforçada a necessidade de disseminar conhecimento científico de forma mais democrática para o combate da desinformação. Segundo a Opas, a desinformação consiste em uma informação tida como falsa ou imprecisa com o objetivo de enganar. Diante do quadro mundial crítico do Covid-19, essa prática pode afetar todos os aspectos da vida, em especial, a saúde. “(...) a busca por atualizações sobre a Covid-19 na Internet cresceu de 50% a 70% em todas as gerações. Em uma pandemia, a desinformação pode prejudicar a saúde humana” (OPAS, 2020, p. 1). Há a circulação de informações imprecisas e falsas sobre todos os aspectos da doença, que vão desde a origem do vírus, teorias da conspiração, causas, tratamentos, curas, mecanismos de propagação.

Em um cenário de incertezas, veículos de notícias recorreram a falas de cientistas especializados, como é o caso do doutor em microbiologia Atila Iamarino. Fundador de um site sobre divulgação científica, em 2007, sua ascensão digital foi possível pelo fluxo de postagens e informações, transmitidas por ele, no decorrer da pandemia de Covid-19. Assim como também do biomédico Lucas Zanandrez, mestre em Inovação Tecnológica e Propriedade Intelectual, no canal ‘Olá, Ciência’. Ambos foram escolhidos pelo volume expressivo de audiência em seus canais, demonstrando a relevância deles.

O presente projeto tem o objetivo geral de analisar como cientistas brasileiros contribuíram para a divulgação científica em mídias sociais digitais no combate à desinformação sobre a Covid-19. A pergunta norteadora desse projeto, consiste em: Como pesquisadores brasileiros contribuíram para o combate à desinformação nas mídias sociais digitais no período da pandemia? Nesse sentido, buscaremos constatar as seguintes hipóteses: a) Os cientistas analisados publicaram materiais, nas diversas mídias sociais digitais, sobre pesquisas relacionadas à Covid-19 com linguagem acessível ao grande público, confrontando as chamadas notícias falsas (fake news). b) Os cientistas contribuíram de forma positiva e com um grande volume de informações a fim de combater a desinformação e a infodemia.

2. OBJETIVO GERAL

Verificar como cientistas brasileiros contribuíram para a divulgação científica em mídias sociais digitais no combate à desinformação sobre a Covid-19.

3. METODOLOGIA

A estratégia metodológica adotada implicará em um estudo de natureza descritiva e exploratória a fim de sanar os questionamentos abordados referentes ao tema e trazer conhecimento sobre a contribuição de pesquisadores no combate à desinformação em tempos de pandemia. Gil (2006) diz que a pesquisa exploratória é feita com o propósito de possibilitar uma visão ampla sobre o problema investigado, caracterizando-se, muitas vezes, como a etapa inicial da investigação.

Selecionou-se para a análise qualiquantitativa os conteúdos produzidos pelos cientistas Atila Iamarino e Lucas Zanandrez (Olá Ciência). Como ferramenta de coleta de dados, será utilizado o meio de observação direta não participante em plataformas das mídias sociais digitais dos referidos cientistas, com levantamento dos conteúdos relacionados à Covid-19, em dois momentos – janeiro de 2020 (início da 1ª onda no Brasil e janeiro de 2022 (3ª onda).

Para este trabalho será utilizada a metodologia da Análise de Conteúdo (AC) que é um dos métodos



mais utilizados para se analisar conjuntos de dados textuais (RECUERO, 2018). A AC consiste em um conjunto de técnicas destinadas a estudar textos, imagens ou outros “conteúdos”, de modo a extrair destes, sistematicamente, algum tipo de sentido. Serão levantados dados quantitativos sobre a presença e atuação dos cientistas em cada uma das mídias sociais digitais (Twitter, Instagram, Facebook e Youtube), observando números como seguidores, número de postagens, tipos de conteúdos (textos, vídeos, fotos, etc).

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foi-se selecionado os dois vídeos com maior número de visualizações, no período analisado (janeiro de 2020- janeiro de 2022), que tratassem sobre Covid-19, dentro dos canais do *youtube* dos cientistas e, seguindo o pensamento de Santaella, “*toda pesquisa nasce, portanto do desejo de encontrar resposta para uma questão*” (SANTAELLA, 2001, p.111), procurou-se características que confirmassem e respondessem as hipóteses, criadas no início deste estudo.

Os títulos que destacam uma curiosidade ou a solução de uma dúvida são os que mais alcançaram público, característica observada na separação dos dois conteúdos a serem analisados, já apresentam termos que plantam uma sensação de dúvida e curiosidade no internauta.

Para que a análise fosse mais detalhada, dividiu-se os questionamentos em cinco tópicos: i) O vídeo explicou seu conteúdo de maneira democrática? ii) Foi usada uma linguagem de fácil entendimento? iii) Houve transposição discursiva? iv) Houve o uso de linguagem científica? se sim, houve explicação? v) Foi usado elementos visuais para ajudar na compreensão do conteúdo?

A linguagem usada pelo apresentador Lucas Zanandrez é clara e concisa e é somada ao uso de gráficos, imagens de apoio e simulações, que entram e saem da tela, além de exemplos narrados para compor a explicação minuciosa.

Já no vídeo de Atila Iamarino, intitulado de “como são os sintomas da Covid-19”, o apresentador inicia com os dois questionamentos que serão respondidos no decorrer do vídeo: “o que acontece com quem pega coronavírus?” e “Se você tiver Covid-19, que sintomas vai sentir, e por quê?” Atila interage com o público, usando frases como “*dá uma olhada no curso da doença pelo nosso corpo*”, com o intuito de prender a atenção de quem o assiste na explicação.

Ele também adota uma linguagem clara e direta, e a construção do seu vídeo se dá de forma simultânea, com o apoio do conteúdo gráfico para ilustrar a explicação que está sendo narrada pelo cientista, ou seja, Atila explica, a imagem ilustra.

Palavras de difícil entendimento, como “hiposmia” e “choque séptico” são utilizadas, mas sempre seguidas de sua explicação. Um tópico também constatado foi o uso de palavras como “Mucosa”, que tem cunho científico, mas já estão introduzidas no nosso vocabulário, e não necessitam de uma tradução pontual.

Com o fim da análise dos vídeos, foi possível notar a diferença entre os dois influenciadores, em suma, o vídeo de Atila estava focado em fazer um alerta para os métodos a serem adotados no início da pandemia, o porquê deles e seus efeitos caso fossem cumpridos, além de tentar trazer tranquilidade para uma população preocupada -visto que o vídeo foi lançado em data próxima ao do início da pandemia de Covid-19 no Brasil-, sempre apoiando e divulgando o movimento “#FicaEmCasa”, já Zanandrez procurou contar uma curiosidade científica, atrelado ao novo desdobramento social -pandemia-, e procurando construir um vídeo sem “data de validade”.

5. CONCLUSÕES

Pode-se afirmar que os cientistas analisados publicaram materiais, nas diversas mídias sociais



digitais, mas com foco em publicações no *Youtube*, sobre conteúdos relacionados à Covid-19, com linguagem acessível ao grande público, confrontando as chamadas notícias falsas (fake news). Com conteúdos informativos e transmissões ao vivo, pode-se afirmar que ambos procuram formas coesas e democráticas de explicar informações imprecisas, traduzindo termos científicos e sanando as mais recorrentes dúvidas ou mitos que surgiam nas mídias sociais, sempre baseando-se em saberes adquiridos por suas formações e quebrando o estereótipo sobre a dificuldade de acesso à conteúdos científicos. E que, diante da emergência sanitária em que o país estava inserido, adotou-se uma linguagem mais séria e alarmante, mas sempre visando transmitir a informação de forma alinhada e baseada em estudos responsáveis.

REFERÊNCIAS

- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2004.
- BARBOSA, C.L. **A textualização científica em dois discursos: jornalismo ou ciência?** Manaus: Ufam. (Dissertação de mestrado), 2010.
- BUENO, W. **Jornalismo científico no Brasil: os compromissos de uma prática dependente**. São Paulo: USP/ECA. (tese de doutorado), 1984.
- CALDAS, G. **Mídia e políticas públicas para a comunicação da ciência**. In: PORTO, CM., BROTAS, AMP., and BORTOLIERO, ST., orgs. *Diálogos entre ciência e divulgação científica: leituras contemporâneas* [online]. Salvador: EDUFBA, 2011, pp. 19-36. ISBN 978-85-232-1181-3. Available from SciELO Books.
- CAMARGO JR. Kenneth Rochel de. COELI, Claudia Medina. **A difícil tarefa de informar em meio a uma pandemia**. In: *Physis: Revista de Saúde Coletiva*, Rio de Janeiro, v. 30(2), 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/physis/a/Y9rxTRzQZkvCdJTsFK6gX3f/?lang=pt&format=pdf>; Acesso em 19 de março de 2022.
- CORTE, Jéssica Cristina. TELLAROLI, Taís Marina. **A divulgação Científica em Tempos de Pandemia: Análise do Canal do Atila Iamarino no YouTube**. Intercom, 2021.
- FERREIRA, Giovandro Marcus. **As origens recentes: os meios de comunicação pelo viés do paradigma da sociedade de massa**. In: *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz Claudio (Org.). 2 ed. Petrópolis: Vozes, 2001. GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2006.
- HOHLFELDT, Antonio. MARTINO, Luiz C. FRANÇA, Vera Veiga. **Teoria da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Editora vozes, 2011.
- KARHAWI, Issaaf. **Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão**. Revista *Comunicare*, volume 17- edição especial de 70 anos da Faculdade Cásper Líbero. 2017.
- MONTEIRO, D., ALMEIDA, F., CAMPOS, J. **Comunicação 2.0: como o poder da web influencia decisões e desafia modelos de negócio(e-book)**. Lisboa: Editora Conjuntura Actual. 2014.
- OPAS. **Entenda a infodemia e a desinformação na luta contra a Covid-19**. [Versão Eletrônica]. Acesso em 20 de agosto de 2020. Disponível em: https://iris.paho.org/bitstream/handle/10665.2/52054/FactsheetInfodemic_por.pdf?sequence=14. Acesso 12 de agosto de 2020.
- RECUERO, Raquel. **Estudando discursos em mídia social: uma proposta metodológica**. In: *Estudando cultura e comunicação com mídias sociais*.
- SILVA, Tarcízio. BUCKSTEGGE, Jaqueline. ROGEDO, Pedro. Brasília: IBPAD, 2018, p. 13- 30. SOUSA, J.P. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. 2ª edição revista e ampliada. Porto, 2006.
- STUMPF, I. R. **Pesquisa bibliográfica**. In: *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. Duarte,



J. e Barros, A. 2ª edição. São Paulo, Atlas, 2011, p. 52-61.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. 5ª edição. Lisboa: editorial presença, 1999.