

O papel dos vlogs na divulgação científica: o caso do ScienceVlogs Brasil

Raphaela M. Velho¹

Universidade Estadual de Campinas

RESUMO: A pesquisa científica no Brasil, apesar de ter melhorado em termos quantitativos nos últimos vinte anos, ainda deixa muito a desejar do ponto de vista da qualidade e da sua divulgação. Como um reflexo do processo de produção de conhecimento ter sido extremamente concentrado em regiões mais ricas e liderado por um número relativamente pequeno de pessoas, a divulgação da ciência para o grande público também ocorre de forma muito desigual no país, privilegiando audiências de regiões também economicamente importantes (MASSARANI & MOREIRA, 2015). Isso começa a mudar com a disseminação dos meios de comunicação em massa, como o rádio, textos científicos em jornais e revistas e a televisão. Com o advento da internet, cientistas, jornalistas científicos e outros divulgadores ganharam ferramentas (tais como sites, blogs e vlogs) para atingir parcelas maiores da população e poder comunicar-se de forma mais horizontal com ela (BUCCHI & TRENCH, 2008). Este trabalho tem como objetivo principal investigar o projeto *ScienceVlogs Brasil* como um polo de divulgação científica na plataforma *YouTube* e como um selo de qualidade para os vídeos de ciência. Objetivos específicos deste trabalho incluem obter informações sobre o perfil demográfico, educacional e profissional dos divulgadores de ciência; conhecer mais sobre as motivações dos membros do projeto para divulgar ciência no *YouTube* e sobre suas intenções de profissionalização na área da divulgação científica; analisar características do conteúdo e da forma de vídeos de ciência produzidos pelos divulgadores e indicar que tipos de vídeo têm mais potencial de alcançar grandes audiências; e compreender o funcionamento e a natureza do controle de qualidade exercido pelos membros do projeto sobre sua própria produção. A metodologia envolve um questionário e eventuais entrevistas com os divulgadores para responder às primeiras perguntas, e análise de conteúdo de uma amostra dos vídeos para responder às últimas, inspirada em Morcillo *et al* (2016). Este trabalho é importante porque o conhecimento sobre o perfil e as motivações dos divulgadores de ciência atuando nas plataformas da Web 2.0, especialmente no *YouTube*, informa a área da sociologia da ciência e oferece *insights* sobre como cientistas, jornalistas, pesquisadores e professores, dentre outros profissionais se sentem ao atuar nas redes, e o que pode ser feito para estimular mais pessoas a participar de atividades de divulgação. O conhecimento das estratégias de divulgação e características dos vídeos científicos contribui sobretudo para a área dos estudos de mídia e da comunicação científica, ao apontar tipos de conteúdo e formato com potencial de alcançar e engajar audiências maiores. Ambos os focos da pesquisa beneficiam divulgadores científicos de forma geral, dentro e fora da academia, sobretudo os que trabalham em ambientes digitais. Trabalhos brasileiros conjugando estes dois assuntos (e especialmente sobre o segundo) são raros, o que torna essa investigação mais significativa. Não dispomos de resultados parciais agora; no entanto, teremos dados já à disposição à data de apresentação deste trabalho no Encontro de Divulgação de Ciência e Cultura (EDICC). De maneira geral, espera-se que os resultados nos informem sobre o perfil dos novos divulgadores, sobre o que os inspira, e sobre quais

¹ E-mail: raphaelavelho91@gmail.com

as melhores estratégias, do ponto de vista da forma, do conteúdo e do controle de qualidade, para a divulgação de vídeos de ciência.

Palavras-chave: Divulgação científica. Vlog. Youtube. Web 2.0.