

PEQUENOS VÍDEOS, GRANDES DESCOBERTAS:

divulgação científica nas mídias sociais

• SABRINA DOS SANTOS SERAFIM • MARCELO BORGES ROCHA •
• GRAZIELLE RODRIGUES PEREIRA •



Copyright © 2023 SINAPSE LAB

1a. edição

Projeto gráfico: Sabrina Serafim

Imagen capa: Mariia Shalabaieva na Unsplash

Revisão gráfica: Fernanda Fonseca

Consultoria científica: Sérgio de S. H. Junior e Vinicius M. Fraga

Texto em conformidade com as novas regras ortográficas do Acordo da Língua Portuguesa.

Pequenos vídeos, grandes descobertas: divulgação científica nas mídias sociais / Sabrina dos Santos Serafim, Marcelo Borges Rocha, Grazielle Rodrigues Pereira. — Rio de Janeiro: Laboratório de pesquisa em Neurociência, Design e Divulgação Científica - SINAPSE LAB/IFRJ, 2023.

Autores dos vídeos: Daiane A. dos S. Souza, Dayenne D. D. de Assumpção, Ellen de O. Abreu, Fabíola da S. P. Delgado, Fernanda de L. Fonseca, Flavia F. F. Faria, Jucelia T. B. Rodrigues, Márcia R. de M. Nunes, Raquel Barros, Sílvia P. Monteiro, Vinicius M. Fraga.

Bibliografia.

1. Divulgação científica 2. Mídias sociais

Distribuição gratuita.

Todos os direitos reservados. Nenhuma parte desta obra poderá ser reproduzida sejam quais forem os meios empregados sem a permissão do Sinapse Lab. Aos infratores aplicam-se as sanções previstas nos artigos 102, 104, 106 e 107 da Lei n. 9.610, de 19 de fevereiro de 1998.



Laboratório de pesquisa em Neurociência, Design e Divulgação Científica
https://www.instagram.com/sinapselab_

APRESENTAÇÃO

A obra *Pequenos vídeos, grandes descobertas: divulgação científica nas mídias sociais* é produto técnico do Trabalho de Conclusão de Mestrado (TCM) “Cada segundo conta: o uso do TikTok na divulgação científica por alunos de pós-graduação”, desenvolvido no Programa de Mestrado Profissional em Educação, Gestão e Difusão em Biociências do Instituto de Bioquímica Médica Leopoldo de Meis da Universidade Federal do Rio de Janeiro (MP-EGeD/IBqM/UFRJ). Sob orientação dos Professores Doutores Grazielle Rodrigues Pereira e Marcelo Borges Rocha.

Durante a pesquisa, ofertamos a oficina com o mesmo título do TCM, visando fomentar um debate junto aos alunos de pós-graduação acerca das possíveis contribuições da plataforma TikTok para a divulgação dos conhecimentos relacionados às Ciências.

No decorrer do curso, os participantes receberam orientações para realizar uma atividade prática na qual produziram conteúdos em vídeo para serem compartilhados em mídias sociais. O resultado dessa atividade permitiu a criação deste e-booklet (“livreto eletrônico”, tradução nossa).

Desse modo, este material é o resultado da construção coletiva entre pesquisadores e os estudantes do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Ensino de Ciências (PROPEC) do Instituto

Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro (IFRJ) durante a disciplina Debates Conceituais no Ensino de Física, coordenada pela Profa Grazielle Rodrigues (uma das orientadoras desse estudo).

A oferta da oficina e as atividades propostas ocorreram durante a pandemia da Covid-19. E mesmo diante do grande desafio e perdas que nos assolaram, durante o ano de 2020, esse grupo não desistiu e fez uma produção em vídeo belíssima, que mereceu ser publicizada como uma contribuição e estímulo à divulgação científica.

Importante destacar que todos os vídeos foram produzidos a partir dos celulares dos autores e autoras, e os experimentos com materiais de baixo custo.

Parabéns aos autores e autoras que fizeram parte desse trabalho. Expressamos aqui a nossa alegria pela oportunidade de ter feito parte desse processo com vocês, de modo tão singular. Agradecemos pelos momentos de trocas e aprendizagem.

Desejamos uma boa leitura e estamos confiantes de que teremos outras oportunidades para continuar a conversa, como em congressos, publicações futuras e, principalmente, no ambiente digital.

**Sabrina Serafim,
Marcelo Rocha e
Grazielle Rodrigues.**

ORGANIZADORES

SABRINA DOS SANTOS SERAFIM



Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Relações Públicas, pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro - UERJ. Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Educação, Gestão e Difusão em Biociências - PPG MP-EGeD, pela Universidade Federal do Rio de Janeiro - UFRJ. Especialista em Gestão de Negócios pela Faculdade de Economia e Finanças Ibmec/RJ. Integrante do grupo de pesquisa do Laboratório de Neurociência, Design e Divulgação Científica do Instituto Federal do Rio de Janeiro - SINAPSE LAB/IFRJ. Atualmente desenvolve trabalhos de gerenciamento de projetos de Marketing, Marketing de Conteúdo, Mídias Sociais, Marketing de Influência, Empreendedorismo Criativo e Diversidade & Inclusão para empresas de diferentes portes.

[🔗 http://lattes.cnpq.br/6268434316309559](http://lattes.cnpq.br/6268434316309559) [in https://www.linkedin.com/in/sabrinaserafim](https://www.linkedin.com/in/sabrinaserafim)

MARCELO BORGES ROCHA



Graduado em Ciências Biológicas pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Mestre em Tecnologia Educacional para a Saúde e Doutor em Zoologia, ambas titulações pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professor do Curso de Engenharia Ambiental e do Programa de Pós-graduação em Ciência, Tecnologia e Educação do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca - CEFET/RJ. Coordenador do Laboratório de Divulgação Científica e Ensino em Ciências - LABDEC/CEFET. Desenvolve pesquisa nas áreas de Divulgação Científica e Meio Ambiente.

[🔗 http://lattes.cnpq.br/5640018108479090](http://lattes.cnpq.br/5640018108479090) [ig https://www.instagram.com/_labdec](https://www.instagram.com/_labdec)

GRAZIELLE RODRIGUES PEREIRA



Graduada em Licenciatura em Física pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Mestre em Ensino de Biociências e Saúde pelo Instituto Oswaldo Cruz/FIOCRUZ e Doutora em Ciências Biológicas (Biofísica) pela Universidade Federal do Rio de Janeiro. Professora Titular do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio de Janeiro. Atualmente é Diretora de Ensino do Campus Mesquita do IFRJ. Líder do grupo de pesquisa em Neurociência, Design e Divulgação Científica - SINAPSE LAB/IFRJ. Desenvolve pesquisa, ensino e extensão em Divulgação Científica em Centros e Museus de Ciências; Neurociência Cognitiva; Transtorno do Espectro Autista.

[🔗 http://lattes.cnpq.br/6520678154679758](http://lattes.cnpq.br/6520678154679758) [ig https://www.instagram.com/sinapselab_](https://www.instagram.com/sinapselab_)

Índice

01	Introdução	 Clique no capítulo para ler.	6
02	O que são mídias sociais?		8
03	A Ciência em vídeo		9
04	Linguagem		10
05	Desafios		11
06	TikTok		13
07	YouTube		22
08	Extras		29
09	Referências		38



Clique no triângulo para voltar ao índice.

INTRODUÇÃO

O país conta com mais de 134 milhões de usuários de Internet, sendo 76% ativos nas redes sociais, segundo a pesquisa TIC Domicílios 2019 (Tic [...], 2019) realizada pelo Centro Regional para o Desenvolvimento de Estudos sobre a Sociedade da Informação (Cetic.br).

A compreensão do contexto atual e a utilização das redes sociais digitais para a divulgação científica, tanto entre o público acadêmico quanto entre a audiência não especializada, contribuem para difusão de informações que podem motivar o engajamento do público com as ciências (Barata et al., 2018). Como destaca Giardelli (2012, p. 22), “vivemos o poder das conexões, da aprendizagem coletiva, do compartilhamento social e de uma exposição sem precedentes de novas ideias e abordagens”.

Tendo em vista que a comunicação não funciona de forma unilateral, apenas para transmitir informação e com o advento da Internet, pode-se vislumbrar um caminho possível para a divulgação científica através da informação, sensibilização e engajamento, em especial através das mídias sociais. É possível notar a importância da aproximação entre a ciência e o senso comum e, assim, os meios digitais se tornam um ambiente que propicia trocas.

Isso significa permitir que as pessoas sejam mais

do que meras espectadoras, incentivando-as a se tornarem participantes ativas de um diálogo construtivo. Em vez de apenas ler e ouvir informações, é importante que elas possam se expressar e contribuir com suas próprias perspectivas, enriquecendo a conversa e tornando-a mais inclusiva e diversificada. Essa abordagem mais interativa e colaborativa pode ajudar a promover compreensão mais ampla e aprofundada da ciência e dos seus impactos na sociedade.

Em função disso, este material busca contribuir para a comunidade acadêmica que deseja trabalhar com divulgação científica nas plataformas de mídias sociais. Além de apresentar os materiais produzidos pelos participantes da oficina “Cada segundo conta: o uso do TikTok na divulgação científica”.

É importante ressaltar que este livreto não tem a intenção de esgotar o assunto ou aprofundar reflexões, para isso estão disponíveis materiais extras e referências. Portanto, apesar de abordar e mostrar os vídeos produzidos, este não é um conteúdo técnico que ensina a utilizar as plataformas em si.

Esta obra apresenta links ao longo dos capítulos que permitem o acesso imediato *on-line*. Essa funcionalidade incorpora a camada digital de informação deste e-booklet para ampliar a experiência de leitura.





O QUE SÃO PLATAFORMAS DE MÍDIAS SOCIAIS?

As redes sociais e mídias sociais são comumente usadas como sinônimos, mas seus conceitos são distintos. De forma sucinta, as redes sociais podem acontecer independentemente de tecnologia ou da Internet, referem-se à conexão entre pessoas com interesses em comum.

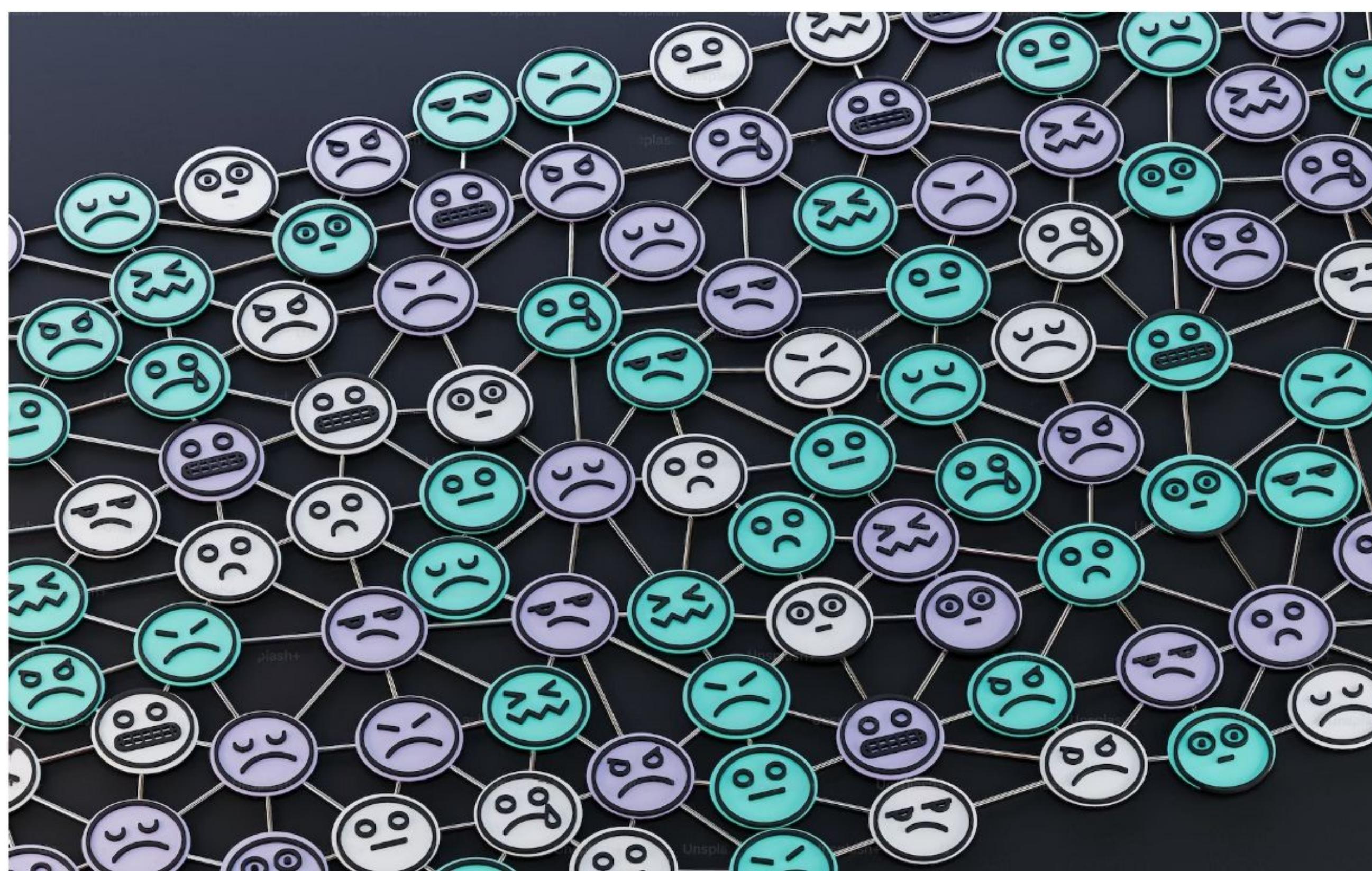


Foto de Alex Shuper na Unsplash

Já as mídias sociais dizem respeito ao conteúdo (texto, imagem, vídeo etc.) gerado e compartilhado pelas pessoas nas redes sociais. “Dessa forma, tanto redes sociais quanto mídias sociais, em sua essência, não tem nada a ver com tecnologia, mas com pessoas e conexões humanas” (Gabriel; Kiso, 2020 p. 241).

“Um site de redes sociais on-line é apenas uma plataforma tecnológica.

Gabriel e Kiso, 2020.

Os aplicativos digitais como Facebook ou Instagram são exemplos de plataformas (tecnologias) que permitem e facilitam a produção e a transmissão de conteúdo, assim como meios tradicionais de comunicação de massa: rádios, televisões, jornais, entre outros (Marzullo; Cunha, 2022). A partir desse conceito, compreende-se que aplicativos como YouTube, Pinterest e TikTok são classificados como plataformas de mídia social, exatamente por privilegiarem a mídia e não a pessoa que a produz.



A CIÊNCIA EM VÍDEO

A mídia social, especialmente as plataformas de compartilhamento de vídeo, tem um grande potencial para a divulgação científica, sendo particularmente eficaz para alcançar os jovens. Nos vídeos *on-line*, utilizam-se diferentes formas de apresentar e explicar ideias, descobertas e conceitos científicos, além de várias modalidades e recursos

semióticos. Esses conteúdos audiovisuais podem ser utilizados para preencher a lacuna de conhecimento entre os especialistas científicos e o público em geral e também permitem que novos atores, como os *youTubers* (indivíduos que criam conteúdo exclusivo ou principalmente para o YouTube), participem na comunicação pública da ciência (Zeng; Schäfer; Allgaier, 2021).



Foto de Sticker Mule na Unsplash



LINGUAGEM

Ao produzir conteúdo científico para plataformas de mídia social, como o TikTok, é importante prestar atenção não apenas ao vocabulário, mas também à linguagem utilizada.

Atenção na estrutura narrativa e lógica de divulgação científica.

Focar apenas no léxico pode resultar em erros e problemas na criação de produtos de divulgação científica.

Em vez de simplesmente traduzir uma palavra, é importante explicar o conceito que está por trás dela. Para garantir comunicação precisa e compreensível, é necessário entender o significado e as implicações do termo em questão, considerando o contexto em que ele é utilizado. Dessa forma, podemos transmitir o sentido desejado com precisão.



Foto de Ave Calvar na Unsplash



DESAFIOS

Não podemos ignorar o papel cada vez mais presente do mundo digital em nossas vidas. Embora possamos limitar o acesso de crianças e adolescentes à Internet, precisamos pensar sobre como desenvolver nossa própria autonomia em relação a essa tecnologia. É importante cultivar um senso crítico e uma reflexão constante sobre os conteúdos que consumimos, pois a falta dessas habilidades pode ter consequências graves.

Atenção aos riscos de segurança, privacidade e direito autoral nas mídias sociais.

Começar a questionar os caminhos dos conteúdos e as lógicas das plataformas é um passo fundamental em direção a uma internet mais segura. O letramento digital, que pode ser iniciado já na escola e perdurar ao longo de toda a vida, é

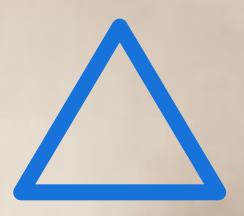
uma responsabilidade ética e cidadã que não podemos negligenciar.

Outro desafio é a tendência crescente de autoexposição, principalmente entre jovens.



Foto de Andrej Lišakov na Unsplash

Em vez de preservar a privacidade, o que se busca é o oposto: a exposição excessiva, que às vezes chega à obscenidade (Santaella, 2013). Com isso, vê-se que o assunto está cada vez mais complexo e que é necessário entender melhor esses processos para encontrar formas de proteger a privacidade em um mundo cada vez mais conectado.





TIKTOK: plataforma de vídeos curtos

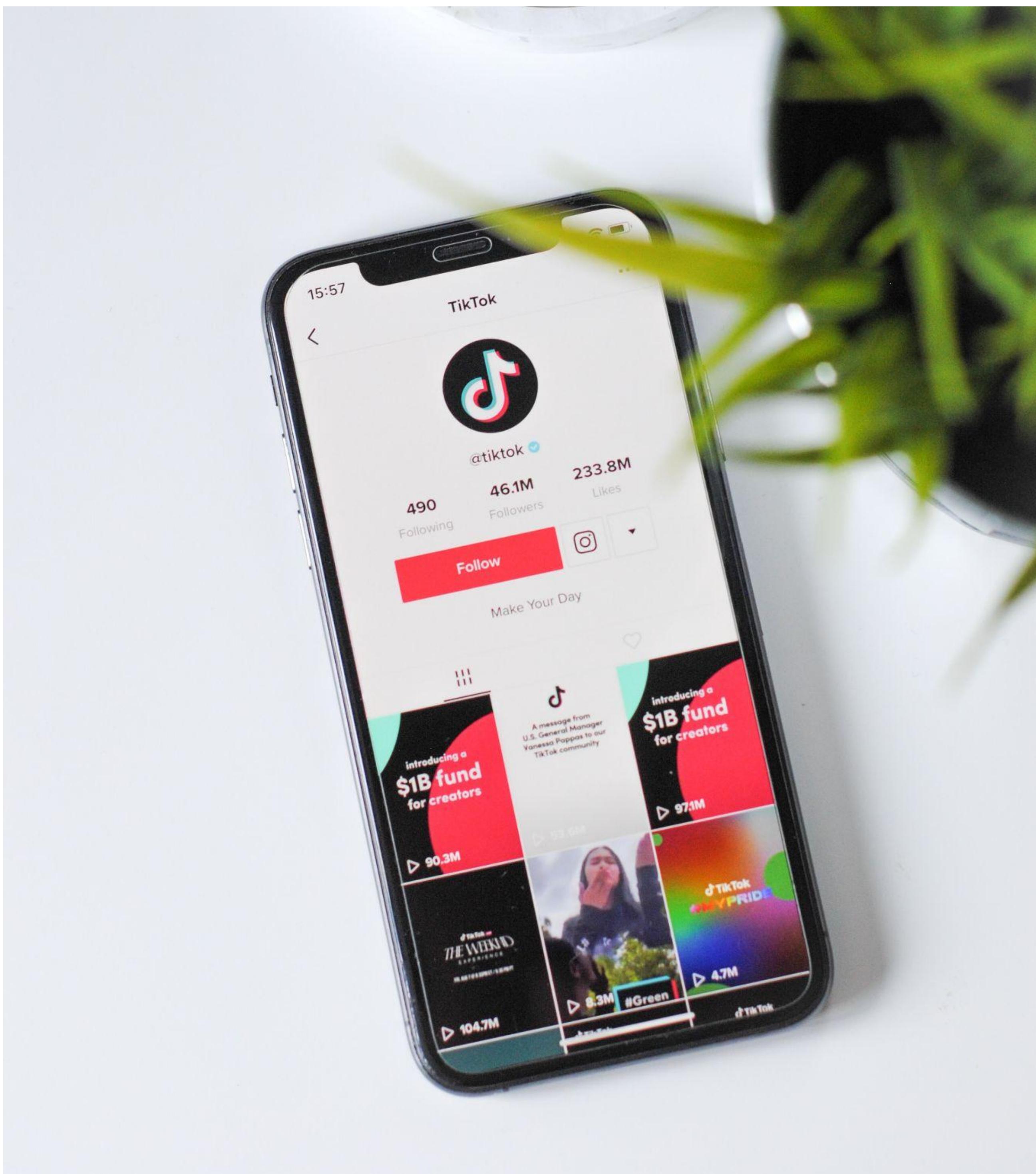


Foto de Nik na Unsplash

O TikTok é um aplicativo que se destaca por sua simplicidade e facilidade de uso. Com apenas um celular, é possível gravar vídeos curtos de 15 segundos a 10 minutos e editar com vários filtros disponíveis com um simples toque. Para tornar o conteúdo mais interessante, os usuários podem adicionar trechos de músicas populares ou de outras fontes. Após editado, o vídeo pode ser facilmente compartilhado no aplicativo usando *hashtags* para facilitar a busca dos usuários (Stokel-Walker, 2022).

Os inscritos da plataforma têm total liberdade para escolher o que filmar, desde a preparação de um prato até adolescentes dançando e escrevendo mensagens políticas na legenda. Alguns preferem cantar, outros dançar e há quem prefira apenas observar. A proposta do TikTok é ser simples, intuitivo e viciante, quebrando a linha entre espectador e criador de forma mais intensa do que o YouTube. Com isso, o aplicativo tornou-se altamente popular entre os usuários, estimulando que qualquer pessoa possa se expressar por vídeos criativos (Stokel-Walker, 2022).

O TikTok também possui uma versão da plataforma para navegador.



A seguir, exemplos de conteúdo de divulgação científica produzidos no aplicativo TikTok por pós-graduandos do PROPEC do IFRJ. Os vídeos foram pensados para alunos da educação básica.

1. MICROSCÓPIO CASEIRO

Como fazer um microscópio com laser e água?

Autoria: Ellen de Oliveira Abreu

Tema: Propriedades e aplicações da luz

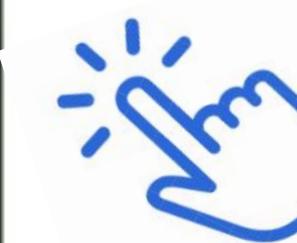
Público: 9º ano escolar

Objetivo: observar microrganismos em uma gota de água, que ficará na ponta de uma seringa, na qual incidirá um feixe de luz vindo de uma caneta laser. Além de suscitar um debate acerca dos conceitos de física e biologia de forma simples e prática.

Material utilizado para editar: aplicativo TikTok instalado no celular.



🔗 <https://youtu.be/MRFH4QXimpA>



Clique na imagem para assistir.

Ou use o link ao lado para acessar o vídeo.



2. A VELA QUE LEVANTA A ÁGUA

Qual é a relação com os pulmões humanos?

Autoria: Fabíola da Silva Prado Delgado

Tema: Respiração humana

Público: alunos do Ensino Básico

Objetivo: demonstrar aos alunos como acontece a entrada e saída de ar dos pulmões através de um experimento onde ocorre um processo semelhante.

Material utilizado para editar: aplicativo TikTok instalado no celular.



🔗 https://youtu.be/eJH8W2i_ZX0

🔗 <https://www.tiktok.com/@fabbiologia07>



3. ÓCULOS COM FILTROS COLORIDOS

Luz, cores e ação:
imagens ocultas
e filtros coloridos.

Autoria: Fernanda de Lemos Fonseca

Tema: transmissão seletiva da luz

Público: alunos do Ensino Básico

Objetivo: apresentar formações com os filtros coloridos.

Material utilizado para editar: aplicativo TikTok <https://youtu.be/lPzS0tFBVwo>





4. LENTE DE ÁGUA

Como transformar
um copo em lente?

Autoria: Fernanda de Lemos Fonseca

Tema: teoria de dióptros esférico

Público: alunos do Ensino Básico

Objetivo: mostrar imagens formadas a partir de
um copo d'água.

Material utilizado para editar: aplicativo TikTok
instalado no celular.



🔗 <https://youtu.be/RYKWUkvEZZc>



5. ELETRIZAÇÃO

Experimento do canudo (eletrização por atrito)

Autoria: Márcia Regina de Moura Nunes

Tema: eletrização por atrito

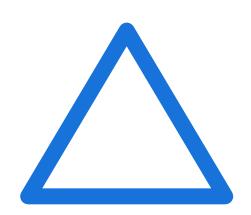
Público: alunos do Ensino Básico

Objetivo: demonstrar a atração entre cargas de sinais opostos.

Material utilizado para editar: aplicativo TikTok instalado no celular.



🔗 <https://youtu.be/XHWo32uYQIs>



6. VIDRO INVISÍVEL

Como fazer
um vidro desaparecer?

Autoria: Flavia Fernanda Ferreira Faria

Tema: índice de refração da luz

Público: alunos do Ensino Básico

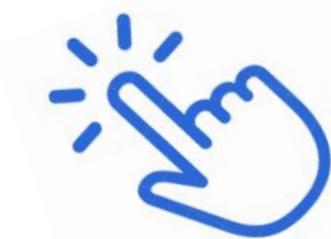
Objetivo: apresentar um experimento simples sobre Óptica Geométrica.

Material utilizado para editar: aplicativo TikTok instalado no celular.

PARTE 1



PARTE 2



[🔗 https://youtu.be/QOXSJSZQisc](https://youtu.be/QOXSJSZQisc) [🔗 https://youtu.be/FPYFHR5MEwk](https://youtu.be/FPYFHR5MEwk)



7. CICLO DA ÁGUA

Como funciona
o ciclo da água?

Autoria: Jucelia Thomaz Barreto Rodrigues

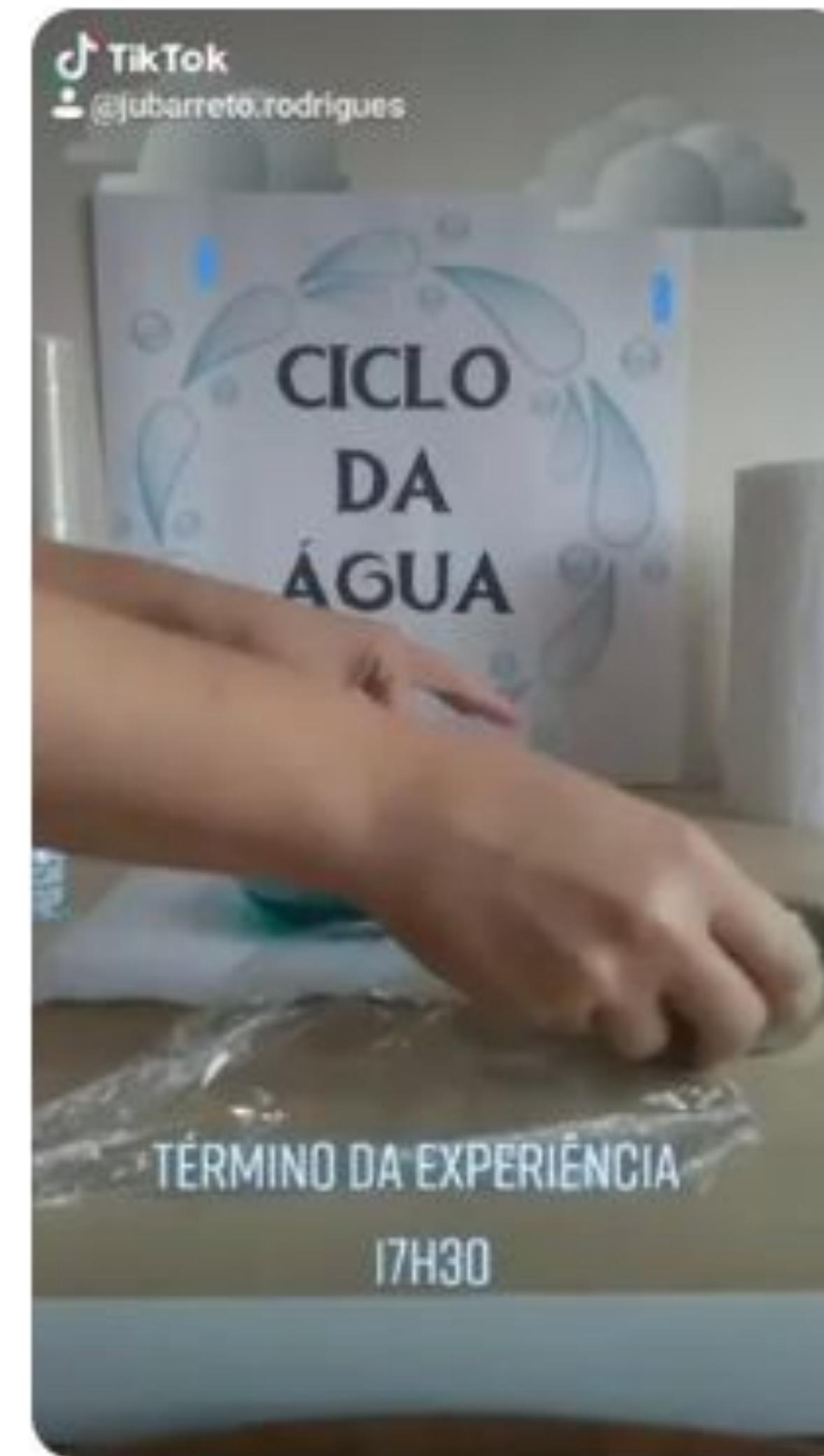
Tema: ciclo da água

Público: alunos do Ensino Básico

Objetivo: simular as etapas do ciclo da água.

Material utilizado para editar: aplicativo TikTok
instalado no celular.

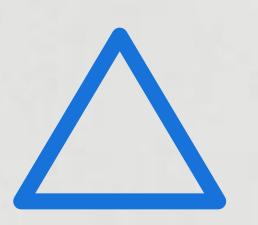
PARTE 1

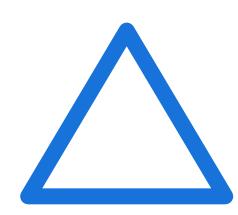


PARTE 2



🔗 https://youtu.be/JvbAGJlwv_U ↳ <https://youtu.be/DtT3pegwxCY>





YOUTUBE: serviço on-line de vídeos

O YouTube é uma plataforma de vídeos onde os usuários podem carregar, compartilhar, produzir e publicar vídeos digitalmente por meio de sites, dispositivos móveis, blogs e e-mails.

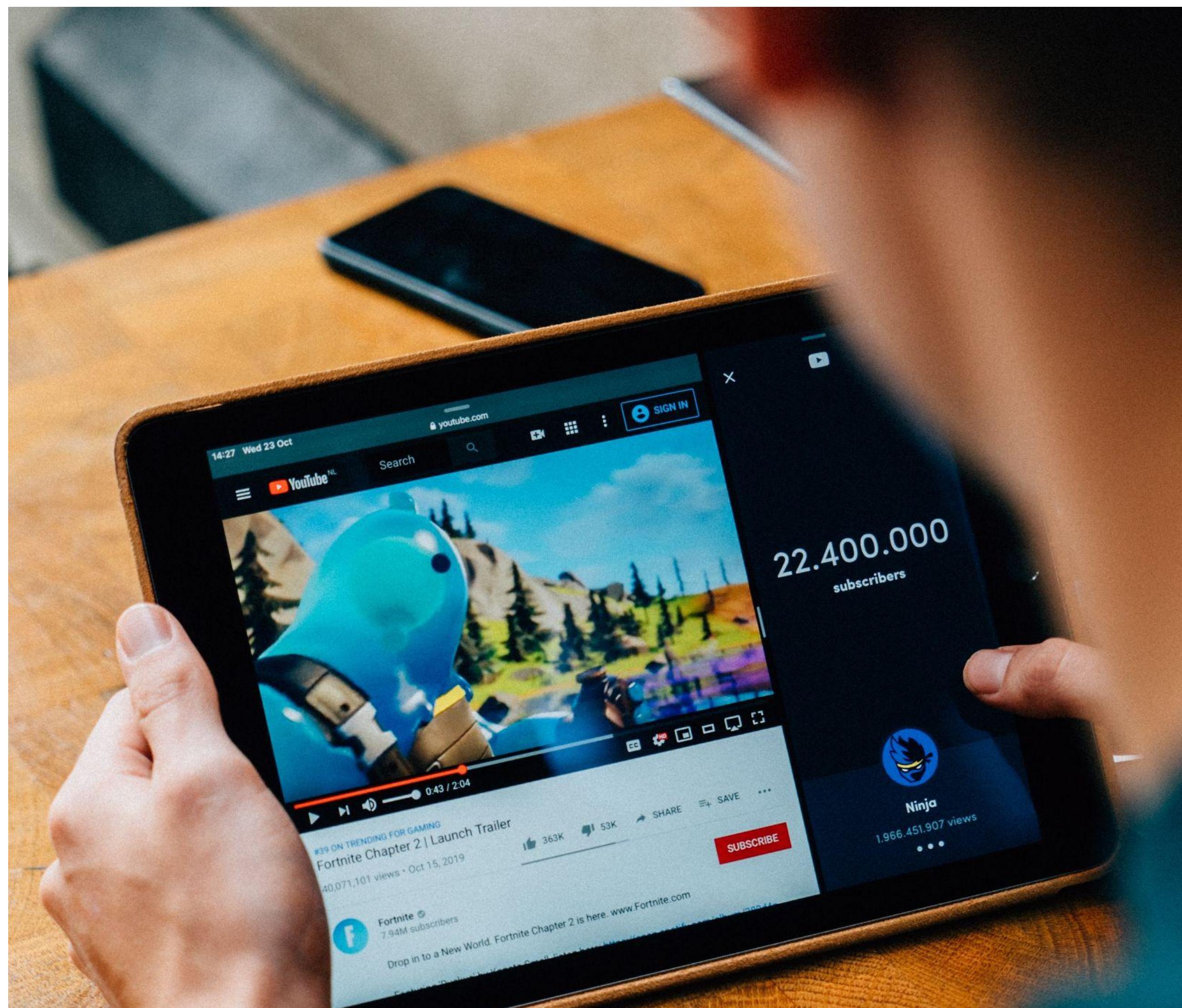


Foto de CardMapr.nl na Unsplash

Além disso, é possível participar de comunidades, se inscrever em canais para receber notificações sobre novos vídeos ou de conteúdos de interesse. Há ainda, a opção de criar lista de reprodução (playlist), curtir, compartilhar e comentar na plataforma sobre o material assistido.

“A grande variedade de tópicos cobertos pelo portal tornou o compartilhamento de vídeo uma das mais importantes partes da cultura da Internet.

Dayse P. Pellegrini et al., 2010.

O YouTube possui uma interface de navegação intuitiva, com uma barra de ferramentas que ajuda o usuário a encontrar facilmente o que procura, tanto como produtor de conteúdo quanto espectador. Também oferece um sistema de ajuda eficiente e acesso imediato aos vídeos, fornecendo um breve histórico de cada um.

Pela facilidade de acesso e também pela grande visibilidade, o YouTube passou a ser utilizado para diferentes objetivos de diferentes áreas: divulgação científica, marketing, política, programas, etc (PELLEGRINI et al., 2010).



A seguir, exemplos de conteúdos de divulgação científica produzidos para serem compartilhados pelo YouTube. Os vídeos foram desenvolvidos pelos pós-graduandos do PROPEC do IFRJ para estudantes da educação básica.

8. DENSIDADE

Copo arco-íris e a densidade dos líquidos

Autoria: Daiane Antonio dos Santos Souza

Tema: Decomposição espectral da luz

Público: alunos da pré-escola (4 e 5 anos)

Objetivo: despertar o interesse nos procedimentos que envolvem experimentação por meio da observação e organização dos materiais.

Material utilizado: filmagem pelo celular e edição pelo aplicativo InShot.



<https://youtu.be/EXtJtBUMVGw>



9. MAGNETISMO

Como fazer
futebol magnético?

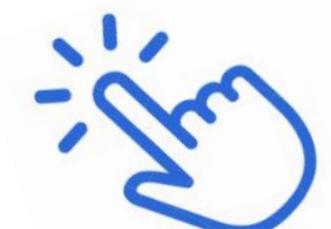
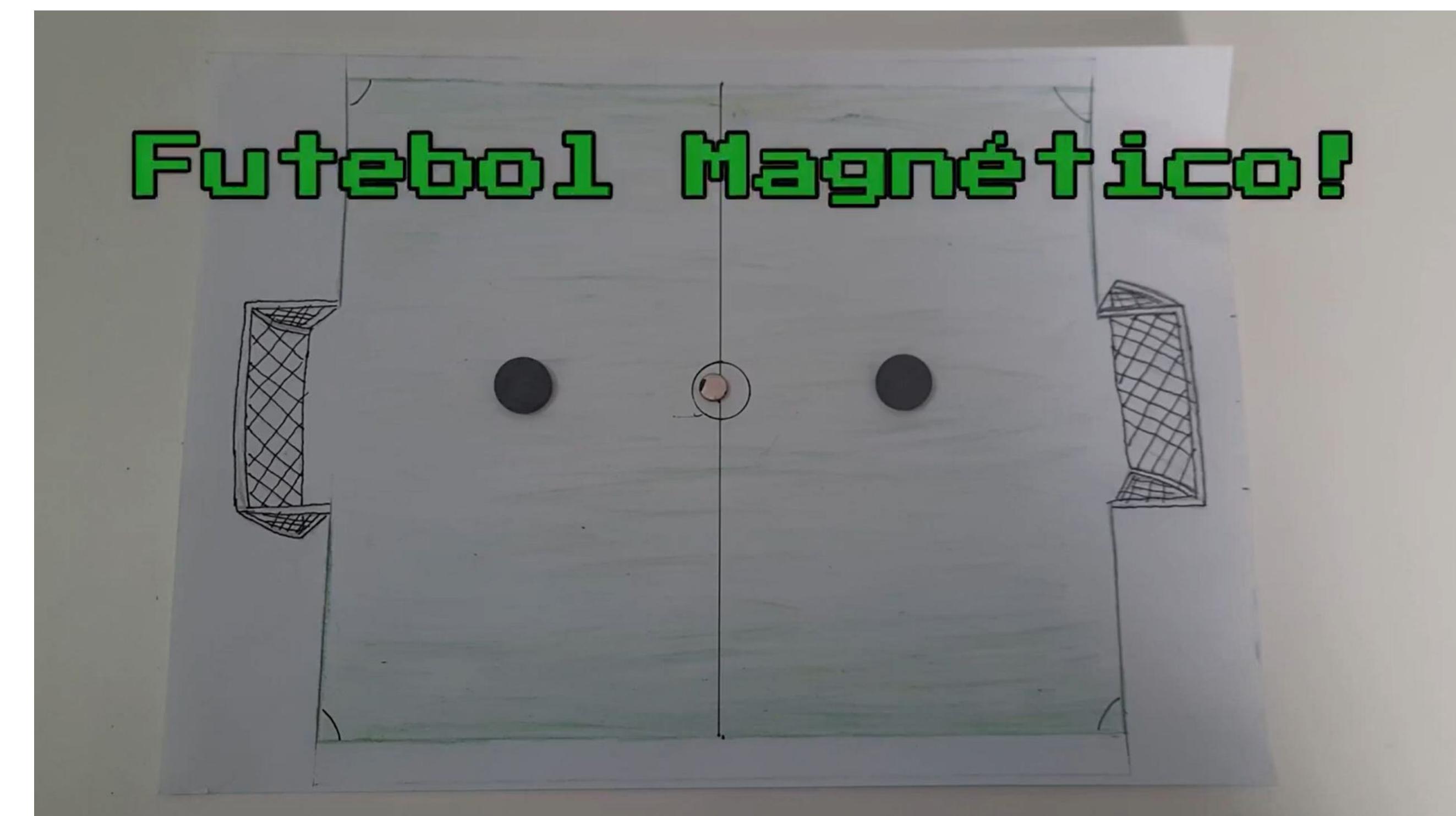
Autoria: Dayenne Dutton Doresti de
Assumpção

Tema: Eletromagnetismo

Público: alunos do Ensino Básico

Objetivo: demonstrar que é possível trabalhar conceitos físicos de maneira lúdica e interdisciplinar.

Material utilizado: filmagem, produção e edição pelo aplicativo TikTok.



🔗 <https://youtu.be/t-3uc4qmMM8>



10. ETNOASTRONOMIA

Etnoastronomia: os povos e as estrelas

Autoria: Raquel Barros

Tema: Etnoastronomia

Público: Educação Básica

Objetivo: instigar a curiosidade e interesse, a respeito do tema constelações e estimular a livre interpretação do céu, com conhecimento de diversas perspectivas culturais e históricas, que marcam diferentes tempos e regiões celestes.

Material utilizado: (1) smartphone, (2) a rede social Pinterest, (3) o site Figures in the Sky, (4) Google Slides, (5) o editor de vídeo Windows Movie Maker, e (6) os aplicativos Star Roam e Solar System.



🔗 <https://youtu.be/jq44qqdHyjo>



11. FORÇA

Drops de ciência: conceito de Força na Física

Autoria: Vinicius Munhoz Fraga

Tema: Força

Público: alunos do Ensino Fundamental e Médio

Objetivo: apresentar o conceito de força, sua natureza como grandeza vetorial, os principais tipos de força e alguns equívocos geralmente desenvolvidos e disseminados por livros didáticos de nível básico.

Material utilizado: filmagem pelo celular em Full HD, edição de imagens pelo Photoshop e do vídeo pelo Sony Vegas.



🔗 <https://youtu.be/4vj4gn-3cNY>



12. ASTRONOMIA

Viajando pelas estrelas:
uma aventura pela
Astronomia e Filosofia

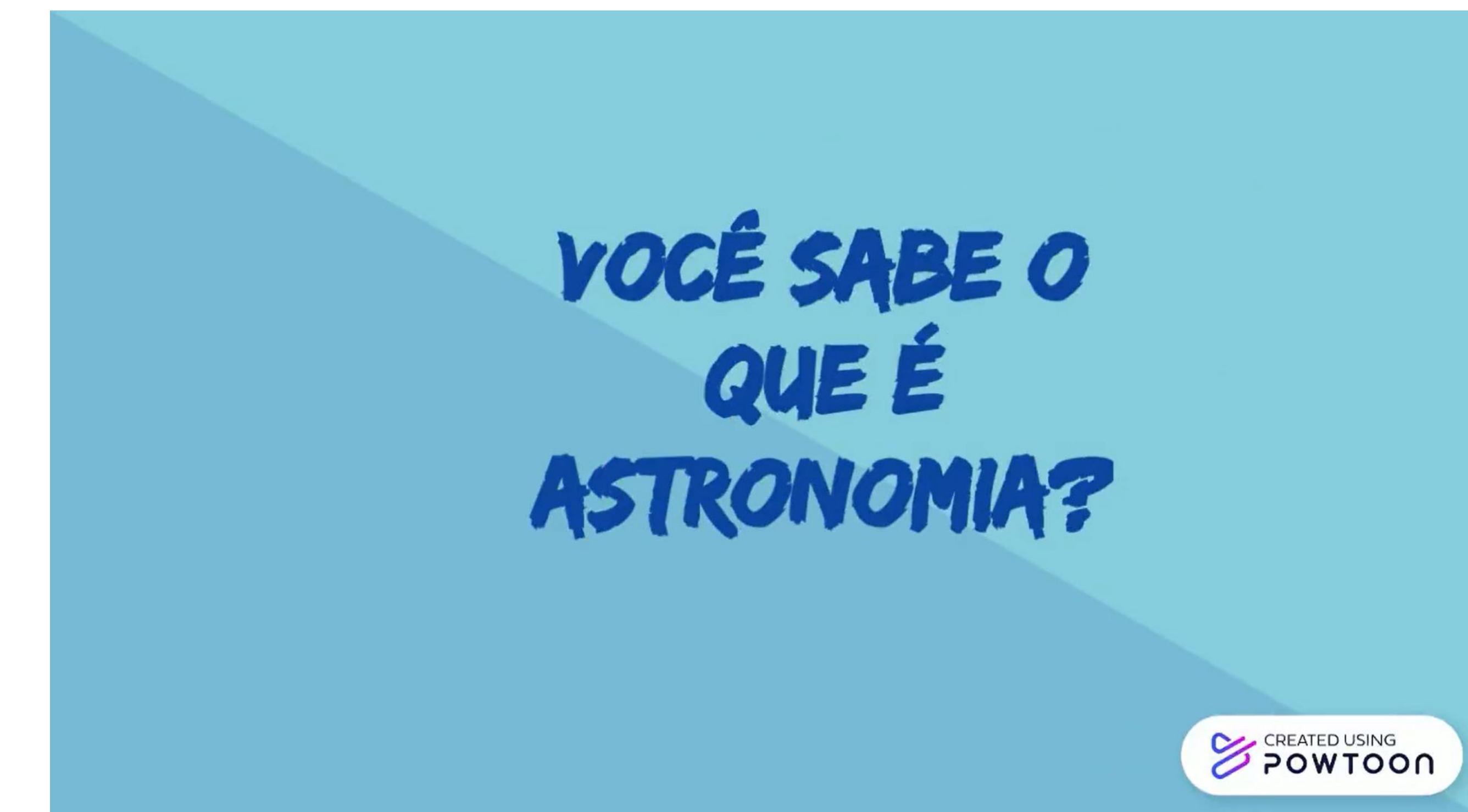
Autoria: Sílvia Pinto Monteiro

Tema: Astronomia

Público: alunos do Ensino Médio

Objetivo: introduzir a temática da Astronomia juntamente da Filosofia.

Material utilizado: apresentação criada através da ferramenta gratuita PowToon.



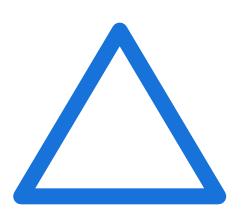
Parte 1: <https://youtu.be/r2IWYS-Jh38>

Parte 2: <https://youtu.be/419EOa0i07U>

Parte 3: <https://youtu.be/TQIgPAZLUX8>







EXTRAS

Aqui, separamos alguns materiais que podem ser usados para dar continuidade aos estudos e práticas de divulgação científica nas mídias sociais:

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: TEXTOS E CONTEXTOS

Marcelo B. Rocha, Roberto D. V. L. de Oliveira, organizadores.

O livro reúne textos de pesquisadores e pesquisadoras que consideram a divulgação científica um ato político e defendem o acesso ao conhecimento científico para todos e todas. Ao longo dos capítulos são abordados desafios, diversidade de meios e a relação entre formação de professores e espaços museais. Reflete sobre práticas de divulgação científica no contexto escolar, trazendo experiências em exposições, textos jornalísticos, práticas artísticas e plataformas digitais. Contribui para ampliar o diálogo e a pesquisa na área da divulgação científica.

🔗 <https://lfeditorial.com.br/produto/divulgacao-cientifica-textos-e-contextos/>





QUERO FAZER DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS MÍDIAS SOCIAIS... E AGORA?

Lívia Mascarenhas de P. Cunha,
organização

O livro aborda os fundamentos da divulgação científica, a estrutura das mídias sociais e o papel do público nesse contexto. Além disso, destaca a importância da acessibilidade na divulgação, fornece dicas para escrever bons textos e orientações para encontrar referências confiáveis. Também compartilha experiências práticas em educação museal on-line, divulgação científica na área da saúde e produção de conteúdo em perfis de divulgação científica. A proposta do material é proporcionar reflexões sobre a responsabilidade de comunicar ciência em meio ao vasto oceano de informações da internet.

🔗 <https://juntosnacasa.casadaciencia.ufrj.br/2022/10/26/quero-fazer-divulgacao-cientifica-nas-midias-sociais-e-agora/>



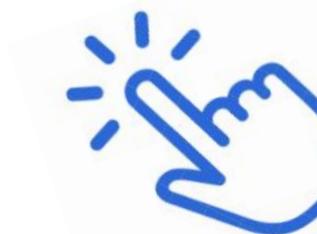
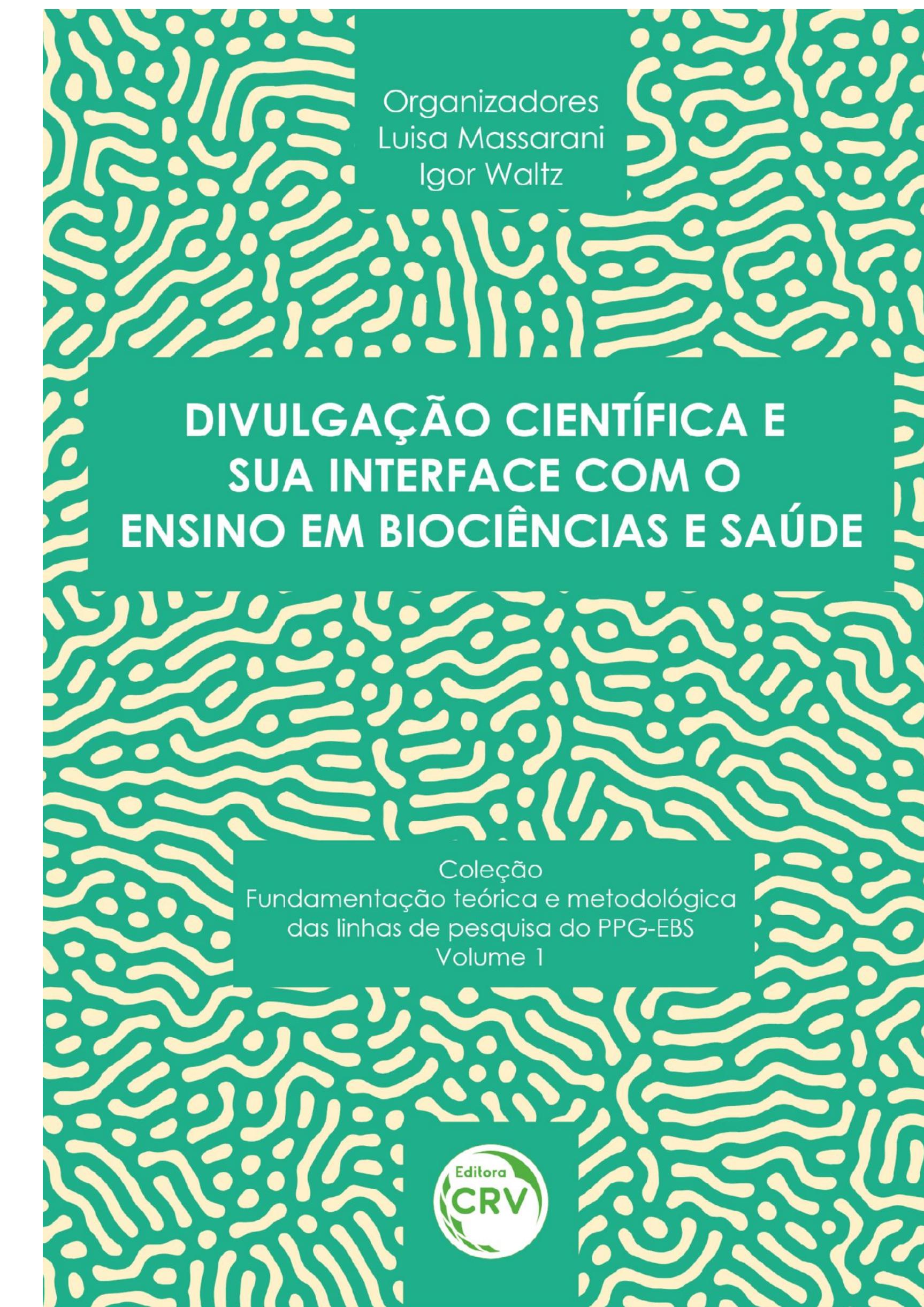


DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E SUA INTERFACE COM O ENSINO EM BIOCIÊNCIAS E SAÚDE

Luisa Massarani, Igor Waltz,
organizadores.

O livro reúne o trabalho de pesquisadores, docentes, pós-doutorandos, alunos e egressos do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Ensino em Biociências e Saúde do Instituto Oswaldo Cruz (PGEBS/IOC), da Fiocruz. O objetivo da obra é abordar os desafios atuais da divulgação científica, especialmente em meio ao contexto pandêmico, e apresentar perspectivas teóricas e metodológicas das pesquisas realizadas na área. Além de oferecer aos leitores a oportunidade de conhecer as pesquisas em andamento no programa e refletir sobre as interações entre ciência, ensino e sociedade.

🔗 <https://www.editoracrv.com.br/produtos/detalhes/37732-divulgação-científica-e-sua-interface-com-o-ensino-em-biocientias-e-saude>



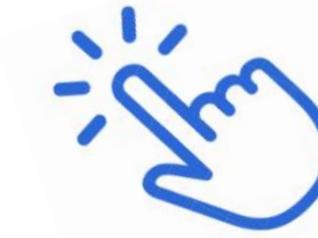


TIKTOK CULTURES RESEARCH NETWORK

Crystal Abidin, fundadora.

Fundado em outubro de 2020, o portal de pesquisa é administrado por uma pequena equipe da Curtin University, na Austrália, e oferece recursos, projetos de pesquisa e eventos que conectam acadêmicos de diversas disciplinas em todo o mundo. A rede tem como objetivo fornecer oportunidades para acadêmicos sub-representados e desfavorecidos, priorizando a investigação de e por comunidades marginalizadas na Ásia-Pacífico e no Sul Global.

<https://tiktokcultures.com/>





DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS MÍDIAS SOCIAIS

Thatyana Freitas, Marcelo Rocha

O manual *Divulgação científica nas mídias sociais: estratégias de comunicação para pesquisadores e cientistas iniciantes no Instagram* fornece informações simplificadas e objetivas, com hiperlinks para auxílio prático. A proposta é incentivar mais pesquisadores a utilizarem o Instagram para divulgar resultados, cotidiano científico e o impacto social das pesquisas.

[🔗 https://educapes.capes.gov.br/handle/capes/703171](https://educapes.capes.gov.br/handle/capes/703171)





INTRODUÇÃO À DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA (MOOC)

Campus Virtual Fiocruz

Curso introdutório sobre temas de divulgação científica, voltado para qualquer pessoa que se interesse pela área. A proposta é suscitar reflexões sobre a importância de aproximar ciência e sociedade e, também, oferecer dicas práticas de como fazer isso.

🔗 <https://campusvirtual.fiocruz.br/gestordecursos/hotsite/divulgacao-cientifica-mooc>





COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA EM TEMPO DE “FAKE NEWS” UFMG

Aula inaugural oferecida pelo Programa de Pós-Graduação em Genética da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Com a participação de Luiza Caires e Yurij Castelfranchi para discutir sobre divulgação científica nas redes sociais e o papel do divulgador.

[🔗 https://www.youtube.com/watch?v=6xdYE9cqBac](https://www.youtube.com/watch?v=6xdYE9cqBac)



Aula Inaugural
Comunicação científica em tempo de
"Fake News"

Luiza Caires

Yurij Castelfranchi





TIKTOK BRASIL

Os canais oficiais do TikTok Brasil disponibilizam tutoriais, desafios, ações e muito mais. Esses materiais podem ajudar a entender a dinâmica da plataforma e como usá-la de forma otimizada. Acompanhe também as hashtags: #LearnOnTikTok (#AprendaNoTikTok) #SciencelsCool (#CiênciaÉLegal) #SciencelsMagic (#CiênciaÉMágica) #ScienceAtHome (#CiênciaEmCasa)

🔗 <https://www.tiktok.com/@tiktokbrasil>

🔗 <https://www.youtube.com/@TikTokBrasil>

🔗 [Guia de Pais e Responsáveis](#)





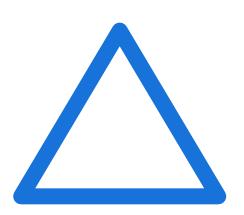
SCIENCE VLOGS BRASIL

Canal no YouTube

O Science Vlogs Brasil é um projeto de divulgação científica em vídeos que reúne os canais científicos mais relevantes do Brasil, das mais diferentes áreas. Atualmente reúne mais de 48 canais no YouTube.

<https://www.youtube.com/@ScienceVlogsBrasil>





REFERÊNCIAS

BARATA, Germana; ARAÚJO, Ronaldo Ferreira de; ALPERIN, Juan Pablo; TRAVIESO-RODRÍGUEZ, Críspulo. O uso de mídias sociais por acadêmicos brasileiros. In: ENCONTRO BRASILEIRO DE BIBLIOMETRIA E CIENTOMETRIA, 6., 2018, Rio de Janeiro. Anais [...]. Rio de Janeiro: UFRJ, 2018. p. 209-217. Disponível em: https://ebbc.inf.br/ebbc6/docs/6EBBC2018v2018_07_27.pdf. Acesso em: 6 ago. 2020.

GABRIEL, Martha; KISO, Rafael. **Marketing na era digital:** conceitos, plataformas e estratégias. 2. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2020.

GIARDELLI, Gil. **Você é o que você compartilha:** e-agora: como aproveitar as oportunidades de vida e trabalho na sociedade em rede. São Paulo: Gente, 2012.

MARZULLO, Renata Zappelli; CUNHA, Livia Mascarenhas de Paula. Dicas práticas sobre o que postar para fazer divulgação científica nas mídias sociais. In: CUNHA, Livia Mascarenhas de Paula (org.). Quero fazer divulgação científica nas mídias sociais... e agora? Rio de Janeiro: Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da UFRJ, 2022. p. 13-19. Disponível em: <https://juntosnacasa.casadaciencia.ufrj.br/2022/10/26/quero-fazer-divulgacao-cientifica-nas-midias-sociais-e-agora>. Acesso em: 28 out. 2022.

PELLEGRINI, D. P. et al. **YouTube:** uma nova fonte de discursos. [S. I., s. n.], 2010. Disponível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/bocc-pelegrini-cibercultura.pdf>. Acesso em: 9 mai. 2023.

SANTAELLA, Lucia. **Comunicação ubíqua:** repercussões na cultura e na educação. São Paulo: Paulus, 2013.

STOKEL-WALKER, Chris. **TikTok boom:** um aplicativo viciante e a corrida chinesa pelo domínio das redes sociais. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2022.

TIC domicílios 2019: principais resultados. **Cetic.br**, São Paulo, 26 maio de 2020. Disponível em: https://cetic.br/media/analises/tic_domicilios_2019_coletiva_impressa.pdf. Acesso em: 10 out. 2020.

ZENG, Jing; SCHÄFER, Mike S.; ALLGAIER, Joachim. Reposting “till Albert Einstein is TikTok famous”: the memetic construction of science on TikTok. International Journal of Communication, Los Angeles, v. 15, p. 3216-3247, 2021. Disponível em: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/14547/3497>. Acesso em: 28 ago. 2021.

Mestrado Profissional em
Educação, Gestão e Difusão
em Biociências

