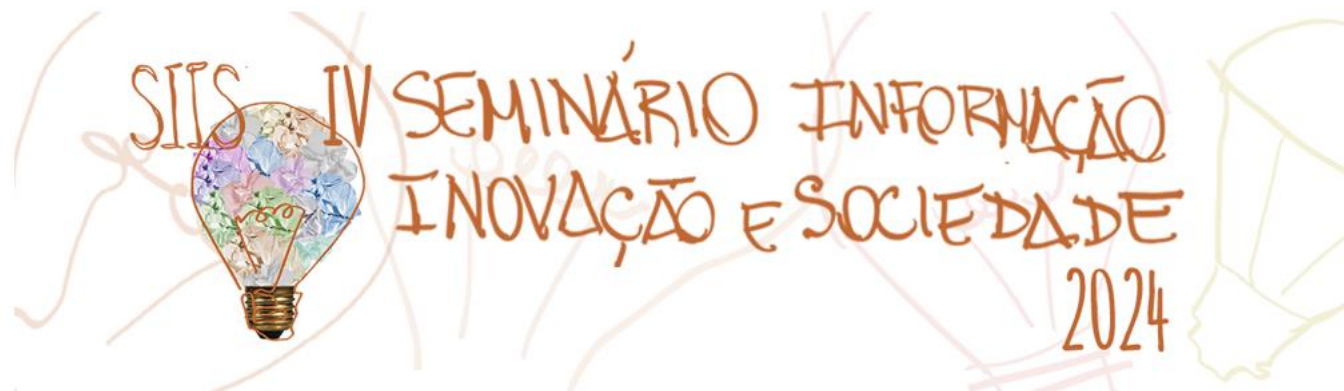




PRÁTICAS INFORMACIONAIS NO TIKTOK: A divulgação científica é viral

Thaís Santos de Jesus (PPGCI/UFSCar)
Marcia Regina da Silva (USP/UFSCar)

Introdução

Mais de 05 bilhões de pessoas ativas nas mídias sociais. O Brasil ocupa a segunda posição no ranking quando o assunto é tempo diário gasto online: uma média de 09h13min.

Uso das mídias sociais reflete a mudança nos hábitos de busca de informação entre os jovens. E sinaliza um avanço significativo na forma como interagimos com o mundo digital, redefinindo as relações sociais e o consumo de conteúdo.

O *TikTok*: ferramenta para os diversos segmentos da sociedade se expressarem e consumirem informações.

A problemática desta pesquisa pode ser representada pela seguinte indagação: É possível que os vídeos dos tiktokers da ciência afetem a qualidade da divulgação científica entre seus seguidores?

Marco Teórico

Propagação da desinformação e velocidade de distribuição de conteúdo.

Heller, Jacobi e Borges (2020), observaram uma inclinação das pessoas a abdicar do seu direito de avaliar e comparar diferentes fontes de informação em favor daquelas que oferecem conteúdo de maneira mais rápida.

Silva et al. (2022) ressaltam que a criação de notícias falsas envolve táticas metacognitivas sofisticadas, combinando elementos visuais e textuais de forma a moldar a interpretação e manipular a mensagem recebida pelo público.

Alteração profunda no comportamento informacional frente à manipulação da verdade.

Marco Teórico

Fagundes et al. (2021) ao investigarem a percepção de jovens sobre as fake news em ciência, verificaram “insegurança e dificuldade em identificar o que é verdadeiro e em quem confiar quando tratamos de notícias que circulam pela internet”.

Fortalecimento da consciência crítica e das habilidades de literacia mediática entre os cidadãos, a fim de combater a disseminação e o impacto nocivo da desinformação na sociedade.

Competência midiática - não se restringe ao consumo reflexivo, mas considera também o desenvolvimento da produção e disseminação das informações “que constituem conteúdos de qualidade, criativos e úteis, ao interagir, debater e compartilhar esses conteúdos por meio da mídia e das tecnologias.” (Belluzzo, 2023, p. 65-66).

Métodos

Caráter descritivo-exploratória com abordagens quanti-qualitativas.

Etapas:

1. Levantamento bibliográfico para composição do referencial teórico;
2. Levantamento e seleção dos tiktokers da ciência (pesquisadores);
3. Aplicação do modelo alternativo a análise de conteúdo de Bardin;
4. Interpretação dos dados e Resultados;
5. Discussão.

Resultados

Selecionados e analisados 10 perfis de tiktokers que produzem conteúdos voltados para a área do ensino e da divulgação científica. No período de 01 de julho de 2024 a 28 de julho de 2024 foram monitoradas 101 publicações.

1. Proximidade com o público para tradução de temas complexos;
2. A falta de menção/citação de fontes especializadas para o desenvolvimento do conteúdo;
3. A aplicação de competências para a criação de conteúdos;
4. Observou-se que oito dos 10 tiktokers possuem algum tipo de formação de nível superior, um está finalizando a graduação - apenas um tiktoker não possui graduação na área abordada.

Conclusões

Os resultados parciais apresentados, sinalizam que a forma de divulgação científica nessa plataforma tem potencial para modificar as práticas informacionais, uma vez que a abordagem dos influenciadores é convincente para despertar atenção, a confiança estabelecida após algum tempo, pode levar os jovens a não avaliarem a informação consumida. Além disso, a explicação de um fato científico, pode desencorajar a investigação mais apurada por meio de leituras, por exemplo.

Agradecimentos – Financiamentos

PPGCI/UFSCar.

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – Brasil (CAPES).

Principais Referências

BELLUZZO, Regina Celia Baptista. Competência em informação, midiática e digital. **Informatio**, v. 28, n. núm., 2023. Disponível em: <https://informatio.fic.edu.uy/index.php/informatio/article/view/432>. Acesso em: 21 mar. 2024.

DataReportal. **DIGITAL 2024: Brazil**. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>. Acesso em: 01 mar. 2024.

FAGUNDES, Vanessa Oliveira; MASSARINI, Luisa; CASTELFRANCHI, Yuri; MENDES, Ione Maria; CARVALHO, Vanessa Brasil de; MALCHER, Maria Ataide; MIRANDA, Fernanda Chocron; LOPES, Suzana Cunha. Jovens e sua percepção sobre fake news na ciência. **Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi**. Ciências Humanas, v. 16, p. e20200027, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/bgoeldi/a/PqdXRfWRLjpSZLGqvBfzzgF/#>. Acesso em: 19 ago. 2024.



Principais Referências

HELLER, Bruna; JACOBI, Greison; BORGES, Jussara. Por uma compreensão da desinformação sob a perspectiva da ciência da informação. **Ciência da Informação**, [S. l.], v. 49, n. 2, 2020. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/5196>. Acesso em: 27 ago. 2022.

SILVA, Marcia Regina; ALMEIDA, Marco Antônio de. Pesquisas internacionais sobre fake news e competência em informação no campo da biblioteconomia e ciência da informação. **Comunicação & Informação**, Goiânia, Goiás, v. 25, p. 407–432, 2022. Disponível em: <https://revistas.ufg.br/ci/article/view/69477>. Acesso em: 11 jul. 2023.

Contatos

Autoria 1: Thaís Santos de Jesus (UFSCar)
Email: conversecomthais@gmail.com

Autoria 2: Marcia Regina da Silva (USP/UFSCar)
Email: marciaregina@usp.br