
A Divulgação Científica em Tempos de Pandemia: Análise do Canal do Atila Iamarino no YouTube¹

Jéssica Cristina CORTE²
Taís Marina TELLAROLI³

Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS

Resumo

Esta pesquisa de caráter exploratório tem como objetivo analisar a divulgação científica no Canal do YouTube Atila Iamarino. Serão analisados os debates científicos proporcionados pelo canal em tempos de pandemia do coronavírus e a importância de conteúdos de divulgação científica diante de um cenário de desvalorização da pesquisa. O estudo apresenta por que é importante tornar o conhecimento acessível e de interesse público. A análise do canal foi realizada de janeiro a março de 2020 mostrando o crescimento do Canal a partir dos debates científicos na pandemia. Os resultados indicaram a influência que o canal ganhou no enfrentamento à desinformação, ganhando maior visibilidade e transformando a forma de divulgar ciência.

Palavras-chave: Divulgação Científica; YouTube; Comunicação; Pandemia; Atila Iamarino.

Introdução

A evolução da sociedade contemporânea diante do desenvolvimento das novas tecnologias alterou não só as formas de se comunicar, mas também a maneira como se trabalha, adquire-se conhecimento e informa-se. O aumento do mercado de entretenimento e a rápida e constante comunicação pelas redes sociais interferiram nas vivências e nas formas em que as necessidades informacionais chegam até a sociedade, afetando todos os eixos de transmissão de conhecimento (DAL PIAN, 2015).

Essas mudanças implicam uma adaptação dos modelos de comunicação tanto na forma quanto no meio em que a informação é disseminada. No caso das ciências, a utilização de redes sociais para divulgar seus estudos e conhecimentos, segundo Silva Neto (2018), proporcionou uma aproximação com a comunidade leiga à medida que

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Aluna de mestrado em Comunicação Social pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, e-mail: jessica_corte1@hotmail.com

³ Professora Doutora do Curso de Pós-Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, e-mail: tais.fenelon@ufms.br

ampliou os diálogos junto à sociedade, promovendo a compreensão não só dos resultados das pesquisas científicas como a sua natureza.

Diante desse reconhecimento que as mudanças científicas e tecnológicas provocaram, a plataforma *on-line* de vídeos gratuitos YouTube proporcionou um ambiente promissor para que produtores independentes criassem conteúdos e atraíssem um grande número de usuários em torno de temáticas aparentemente sem grandes interesses. A popularização do YouTube para produção de conteúdo educativos, além de ser a maior e mais conhecida plataforma de compartilhamento de vídeos *on-line*, deve-se a sua facilidade de acesso e disponibilidade.

Há inúmeros canais dedicados a essa temática. Alguns chegam a atrair milhares de usuários, engajando-os em torno de um assunto que com frequência é visto como hermético e que tem pouco impacto social. Os YouTubers têm utilizado todos os recursos dessa plataforma para mostrar o contrário: a ciência faz parte do cotidiano e afeta a qualidade de vida das pessoas (CARVALHO, 2016, p. 11).

Canais de divulgação científica são de extrema importância social, pois, à medida que se conhece e se entende o que é realizado nas pesquisas, as pessoas têm a possibilidade de compreender melhor a relação que seu desenvolvimento tem com a ciência.

Mesmo diante de todas as suas possibilidades de desenvolvimento e importância, a ciência no Brasil vive um período crítico em que a desvalorização por parte das autoridades governamentais reflete não só nos cortes orçamentais para investimento em pesquisas, mas também no discurso obscurantista que nega a relevância e até os estudos científicos. Em julho de 2019, a principal agência de fomento à pesquisa científica do país – CNPq (Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico) – sofreu um corte orçamentário de 41,9%, valor divulgado pelo Ministério da Economia⁴, o que significa o fim de bolsas de estudo para alunos de pós-graduação e conseqüentemente a interrupção de pesquisas científicas em todo o país.

Já a desvalorização nos discursos ocorre em uma onda de “opinionismo”. Em meio à pandemia do Coronavírus em 2020, o Brasil vive sob a ignorância de um triunfo do negacionismo que domina as mídias contrariando a ciência e amenizando a gravidade

⁴ Disponível em: https://www.in.gov.br/materia/-/asset_publisher/Kujrw0TZC2Mb/content/id/69237336. Acesso em: 21 jul. 2020.

da situação. Enquanto cientistas alertavam sobre a catástrofe que o país passaria se não fossem realizadas as medidas de distanciamento social, o presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, chamou a Covid-19, no dia 24 de março de 2020, de uma “gripezinha”⁵. Diante desse cenário, cientistas, médicos e especialistas encontraram nas redes sociais uma possibilidade para alertar e esclarecer os desafios que seriam vivenciados diante do vírus.

Esse é o caso do biólogo e pesquisador brasileiro Atila Iamarino, doutor em virologia⁶ e divulgador científico, que através do seu canal pessoal do YouTube, publicou ainda em janeiro de 2020 um vídeo explicando sobre o coronavírus e o quão preocupante ele era. A publicação do biólogo ganhou repercussão, suas previsões estavam certas e pela primeira vez em um governo marcado pelo negacionismo da ciência, um cientista ganhou os holofotes.

Sendo assim, diante da pandemia do Covid-19, este estudo apresenta a partir de uma pesquisa exploratória do canal Atila Iamarino qual a importância dos debates científicos para a valorização da ciência. Tendo isso em mente, a análise foi feita com o propósito de verificar os mecanismos que o canal ativou e a forma que a ciência encontrou para divulgar e disseminar seus estudos em um período marcado pelas *fake news*⁷.

O artigo utilizará do *site* especializado em análise de canais em mídias digitais, Social Blade⁸, que permitirá a observação dos dados de crescimento do canal referente aos meses de janeiro, fevereiro e março de 2020.

A Divulgação Científica no YouTube

A importância da divulgação científica está em comunicar as descobertas e pesquisas, proporcionando à população uma aproximação aos debates e conteúdos produzidos. Nesse contexto, segundo Bueno (2010, p. 8), a divulgação científica deve “abrir espaço para aproximação e diálogo e, inclusive, convocar pessoas para debates amplos sobre a relação entre ciência e sociedade, ciência e mercado, ciência e

⁵ Disponível em: <https://canaltech.com.br/governo/corte-no-orcamento-pode-acabar-com-toda-a-pesquisa-cientifica-do-brasil-em-julho-136347/>. Acesso em: 21 jul. 2020.

⁶ Especialidade biológica e médica que estuda os vírus e suas propriedades.

⁷ Segundo Helder Prior (2019, p. 76), *fake news* é a proliferação de visões distorcidas sobre a realidade, o excesso de informação que circula e que é partilhada nas redes sociais, muitas vezes falsa e difundida com o propósito de enganar ou confundir as mentes dos sujeitos.

⁸ Site norte-americano criado em 2008 que efetua análises de audiência dos canais do YouTube e perfis de diversas redes sociais. Endereço eletrônico oficial: <https://socialblade.com/>.

democracia”, sendo necessária uma linguagem inclusiva, que permita ao cidadão leigo compreender o que está sendo pesquisado.

Bueno (1985, p. 19) pressupõe divulgação científica como “um processo de recodificação, isto é, a transposição de uma linguagem especializada para uma linguagem não especializada, com o objetivo de tornar o conteúdo acessível a uma vasta audiência”.

Um dos maiores desafios aos profissionais que se propõem escrever sobre CT&I ao público leigo é a decodificação ou recodificação de termos técnicos e científicos. A aparição de palavras distantes do vocabulário – ou mesmo de conceitos complexos – de quem não é “alfabetizado cientificamente” torna-se um ruído e dificulta a compreensão (GOMES, 2013, p. 34).

Utilizando do potencial que as redes sociais têm a fomentar e a possibilidade de trocas de informação, conhecimento e socialização, a divulgação científica no ambiente digital promove uma nova cultura científica em que o diálogo com a população ocorre de maneira natural. Uma plataforma capaz de proporcionar essa comunicação é a do YouTube, que além de ser de fácil acesso, permite que usuários se tornem também produtores de conteúdo.

O YouTube possibilita o uso de recursos narrativos e visuais para atrair a atenção do público em torno de várias temáticas até mesmo daquelas que, aparentemente, podem não ter tanto apelo, como a ciência. Em geral as pessoas associam a pesquisa científica com a ideia de algo “complicado”, “difícil” e “distante da sua realidade”. Entretanto, os números mostram que, se a ciência for trabalhada com formato e abordagem adequados, há um grande público interessado nesse tema (CARVALHO, 2016, p. 2).

Através de recursos audiovisuais como animações, cortes, sobreposição de imagens e dos efeitos de sonoplastia na edição, o uso da plataforma do YouTube por divulgadores científicos possibilita a disseminação de um conteúdo mais atrativo, o que o torna mais receptivo para o público. Não é possível afirmar que esses mecanismos tornarão o conhecimento mais democrático, mas são evidentes as possibilidades de aproximação nas formas como o público recebe e interpreta essa mensagem.

Não podemos afirmar que a divulgação científica é solução exclusiva da falta de complexização e democratização do conhecimento científico, mas acreditamos ser um passo válido na aproximação entre

os diversos modos de ver, conhecer e entender o mundo (REALE; MARTYNIUK, 2016, p. 5).

O acesso a esse conhecimento possibilita para a sociedade compreender melhor o mundo e, assim, alterar suas percepções e comportamentos. Quando o cidadão entende a presença da ciência em seu cotidiano, ele compreende como a pesquisa científica afeta a sua vida, como na elaboração de um novo medicamento, nas criações tecnológicas ou no conhecimento do ser humano e da realidade em que se vive (OLIVEIRA; SILVEIRA, 2013).

A utilização do YouTube para estudos, conhecimentos e formação de conceitos faz parte, segundo Quintanilha (2017), da vida de grande parte das pessoas que nasceram em meio às tecnologias, sendo um importante meio para disseminar o conhecimento. Outro ponto importante, segundo o autor, é a facilidade que a utilização dessa plataforma proporciona, já que não é necessário recurso financeiro se tornando uma “estratégia altamente viável para qualquer instituição de ensino e para qualquer professor que queira dar um passo na direção da aproximação com seu alunado” (QUINTANILHA, 2017 p. 5).

Nesse contexto, o YouTube possibilita modificar o pensamento de que a ciência é algo distante e que, para sua compreensão, é necessário um grau de genialidade que fica restrito aos meios acadêmicos. A liberdade e recursos que o YouTube possibilita permitem a elaboração de conteúdos que gerem participação, engajamento e propagação. Esses mecanismos narrativos são utilizados por inúmeros canais destinados à divulgação científica, entre eles, o canal Atila Iamarino, que foi selecionado para análise neste trabalho por apresentar estruturas de abordagens científicas diferenciadas.

Metodologia

Para a análise do Canal no YouTube, do biólogo Atila Iamarino, utilizou-se como metodologia a pesquisa exploratória com o objetivo de compreender a divulgação científica e sua importância durante a pandemia do coronavírus no Brasil no período de janeiro a março de 2020.

Com a finalidade de fornecer informações que ampliam a familiaridade com o problema de pesquisa construindo novas hipóteses, a pesquisa exploratória envolve a análise de exemplos que, segundo Gil (2008), estimulam a compreensão.

Muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. Quando o tema escolhido é bastante genérico, tornam-se necessários seu esclarecimento e delimitação, o que exige revisão da literatura, discussão com especialistas e outros procedimentos. O produto final deste processo passa a ser um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos mais sistematizados (GIL, 2008 p. 27).

Os meses escolhidos para a análise – janeiro, fevereiro e março de 2020 – justificam-se a fim de compreender as proporções que o canal tomou após sua primeira publicação de vídeo sobre o coronavírus em janeiro de 2020. No que se refere aos procedimentos técnicos, foram utilizados na pesquisa, como técnica de análise, a observação dos dados retirados da plataforma Social Blade, um *site* gratuito que rastreia estatísticas de mídias sociais, informando o crescimento em inscritos e visualizações dos vídeos do canal.

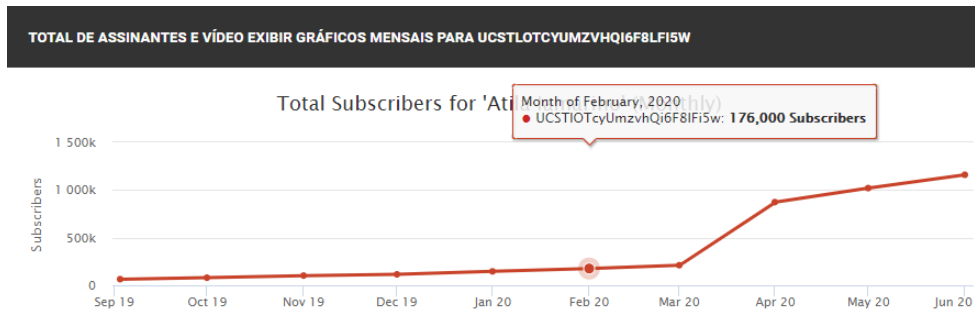
Na pesquisa foi realizado um levantamento de dados de audiência e crescimento do canal sobre um total de nove vídeos que foram publicados entre os meses de análise, a fim de investigar a recepção e a popularização desse material na plataforma do YouTube. A proposta visa compreender a importância da divulgação científica em tempo de negacionismo da ciência e disseminação de *fake news*.

O Canal Atila Iamarino e a Pandemia do Coronavírus

Atila Iamarino é biólogo e pesquisador brasileiro; especializado em virologia, passou a se dedicar exclusivamente à divulgação científica em 2015 através do canal do YouTube Nerdologia, que conta também com a apresentação do historiador Felipe Figueiredo. Além desse canal, o biólogo é youtuber em seu canal pessoal Atila Iamarino onde desde agosto de 2019 disponibiliza vídeos ligados a ciência e tecnologia e hoje conta com mais de um milhão de inscritos.

Em janeiro de 2020, quando pouco se falava no Brasil sobre o coronavírus, o biólogo disponibilizou, em 31 de janeiro, um vídeo com o título “E se o coronavírus chegar no Brasil?”. No vídeo de 7 minutos o biólogo explica de forma didática como o vírus foi descoberto na China e porque ele é tão perigoso, Atila ainda deixa claro que o Brasil não está preparado para enfrentar o vírus caso ele venha a se tornar uma pandemia. Na época, o canal apresentava 176.000 inscritos, como mostra a Figura 1, e a semana em que o biólogo postou o vídeo teve um crescimento de 10.000 inscritos entre os dias 27 de janeiro a 3 de fevereiro de 2020, como indica a Figura 2.

Figura 1 – Total de inscritos no Canal pessoal de Atila Iamarino em fevereiro de 2020



Fonte: Social Blade

<https://socialblade.com/youtube/channel/UCSTIOTcyUmzyhQi6F8lFi5w/monthly>

Figura 2 – Aumento no número de assinantes semanais no canal pessoal Atila Iamarino de 27/01/2020 a 03/02/2020



Fonte: Social Blade

<https://socialblade.com/youtube/channel/UCSTIOTcyUmzyhQi6F8lFi5w/monthly>

O segundo vídeo sobre o coronavírus foi postado no canal do biólogo no dia 26 de fevereiro de 2020 com o título “Primeiro caso no Brasil #FiqueEmCasa” e foi feito no formato *live*⁹ com duração de 1 hora e 10 minutos. Nele Atila fala sobre o primeiro caso confirmado no Brasil e quais seriam os próximos passos. No mês de fevereiro de 2020, o canal terminou com 211.000 inscritos, como aponta a Figura 3 e um total de 12.000 inscritos a mais na semana em que o segundo vídeo foi postado, como mostra a Figura 4.

⁹ Live ou Ao vivo é uma expressão utilizada para indicar que um programa ou evento está sendo transmitido em tempo real, simultaneamente enquanto ocorre.

Figura 3 - Total de inscritos no Canal pessoal de Atila Iamarino em março de 2020



Fonte: Social Blade

<https://socialblade.com/youtube/channel/UCSTIOTcyUmzvHqi6F8lFi5w/monthly>

Figura 4 - Aumento no número de assinantes semanais no canal pessoal Atila Iamarino de 24/02/2020 a 02/03/2020



Fonte: Social Blade

<https://socialblade.com/youtube/channel/UCSTIOTcyUmzvHqi6F8lFi5w/monthly>

É possível perceber também que os vídeos no formato *live* feitos pelo biólogo, trazem questões que estão em debate no período e buscam em um tom didático e pedagógico explicar os últimos acontecimentos. As *lives* são organizadas sempre de maneira explicativa, primeiro o biólogo informa a situação atual, depois ele disponibiliza dados de outros países que servem como exemplos e por fim orienta sobre passos a serem seguidos.

No dia 04 de março de 2020, o biólogo fez sua segunda *live* informando atualizações por onde o vírus estava circulando, com o título “Coronavírus não é arma biológica #FiqueEmCasa”. Na *live* que teve duração de 1 hora, Atila esclareceu alguns boatos sobre o vírus e ainda respondeu algumas perguntas que os internautas mandavam em seu *chat*¹⁰ durante a *live*. Nessa semana, o canal apresentou um crescimento semanal

¹⁰ Chat significa conversação e é um estrangeirismo que designa aplicações de conversação em tempo real.

de 7.000 inscritos e o número de casos confirmados nesse mesmo período no Brasil chegaram a 25, segundo o site oficial do governo sobre o coronavírus¹¹.

Em 11 de março de 2020, Atila fez, em seu canal, a terceira *live* com o título “OMS declara pandemia #FiqueEmCasa”. Na época o Brasil registrava 52 casos já confirmados e o biólogo explicou em uma *live* de 37 minutos o panorama do mundo, o perigo do coronavírus e porque a quarentena é importante. Atila ainda esclareceu uma *fake news* sobre o vírus ser apenas uma “gripezinha” e finalizou a *live* respondendo dúvidas dos internautas em seu *chat*. O canal Atila Iamarino registrou, na semana entre os dias 09 a 16 de março, um crescimento de 70.000 mil novos inscritos, como mostra a Figura 5.

Figura 5 - Aumento no número de assinantes semanais no canal pessoal Atila Iamarino de 09/03/2020 a 16/03/2020



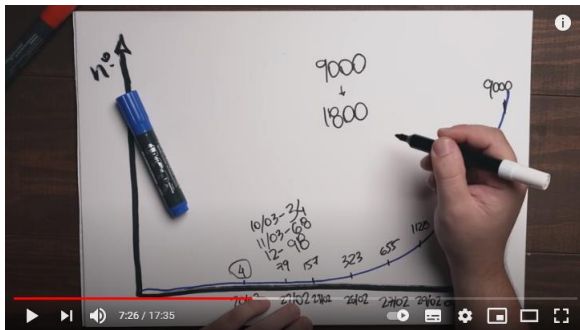
Fonte: Social Blade

<https://socialblade.com/youtube/channel/UCSTIOTcyUmzvhQi6F8lFi5w/monthly>

Nessa mesma semana, Distrito Federal e São Paulo estabeleceram medidas de isolamento social e, no dia 15 de março de 2020, dois dias antes da primeira morte confirmada no Brasil, o biólogo publicou um vídeo com o título “Por que o coronavírus pode parar a sua vida? #FiqueEmCasa”, no vídeo de 17 minutos Atila desenhou um gráfico, como mostra a Figura 6 e detalhou de maneira muito didática como é a transmissão do coronavírus e como os casos crescem de forma exponencial se as medidas de isolamento não forem seguidas.

¹¹ Disponível em: <https://covid.saude.gov.br/>. Acesso em: 13 jul. 2020.

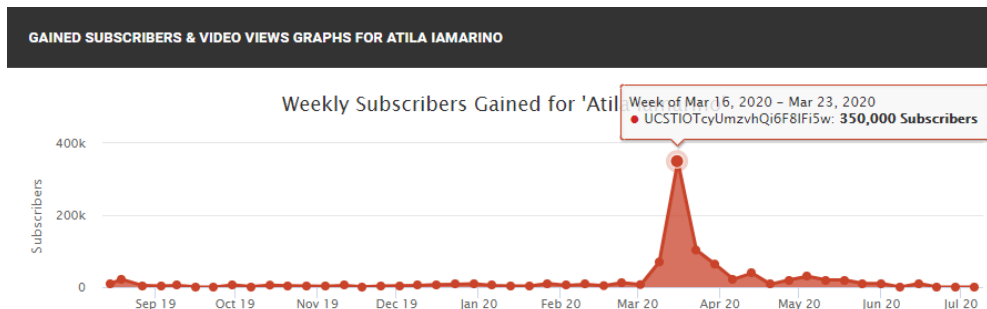
Figura 6 - Uso de desenhos como estratégias argumentativas de Atila Iamarino



Fonte: YouTube

Nos dias seguintes, entre 16 e 23 de março de 2020 foi marcado o maior índice de novos inscritos no canal Atila Iamarino. Como mostra a Figura 7, foram 350.000 novos inscritos e o biólogo publicou três novos vídeos.

Figura 7 - Aumento no número de assinantes semanais no canal pessoal Atila Iamarino de 16/03/2020 a 23/03/2020



Fonte: Social Blade

<https://socialblade.com/youtube/channel/UCSTIOTcyUmzvhQi6F8lFi5w/monthly>

O primeiro foi uma *live* no dia 18 de março de 2020 com o título “Como a pandemia pode acontecer no Brasil #FiqueEmCasa”. Nessa *live* o biólogo adota um formato bem mais organizado ao dividir os temas que serão debatidos ao longo do vídeo por cores, como mostra a Figura 8, facilitando assim o entendimento e posteriormente ajudando o internauta para que ele possa avançar e assistir somente o assunto que lhe interessa.

Figura 8 – Uso de cores nos vídeos de Atila Iamarino



Fonte: YouTube

No dia 20 de março de 2020, Atila fez outra *live* com o título “O que o Brasil precisa fazer nos próximos dias #FiqueEmCasa”. O vídeo tem duração de 1 hora e 16 minutos e o biólogo adota um tom mais sério, apresentando em seu semblante certa preocupação. Atila utiliza de recursos visuais como gráficos e figuras que ilustram a sua fala, além do uso de diferentes cores em cada assunto como já haviam sido apresentados no vídeo anterior.

Por fim, no dia 22 de março de 2020, a *live* “Por que é importante ficar em casa? #FiqueEmCasa”. Nesse momento, o Brasil já apresentava 1.891 casos confirmados e 34 mortes pelo coronavírus. Na *live* que teve duração de 47 minutos, Atila explicou como se dá o crescimento da pandemia ajudando também a interpretar informações mais complexas, como o número de casos, de maneira mais acessível.

Após vários Estados no País aderirem à quarentena, o presidente do Brasil, Jair Bolsonaro, no dia 24 de março, fez um pronunciamento na TV pedindo a “volta à normalidade”¹² e o fim do confinamento, contrariando especialistas e culpando os meios de comunicação de espalharem uma sensação de “pavor”. Em meio à pandemia, o governo ainda reduziu mecanismos de financiamento de pesquisas e excluiu as ciências humanas das prioridades de projetos de pesquisa¹³.

No dia 28 de março de 2020, o Brasil ultrapassou a marca de 100 mortes pelo vírus, registrando 114 no total. Nesse dia, Atila divulgou um vídeo com o título “A situação do Brasil pode ser melhor #FiquemEmCasa”, onde fez uso de trechos de artigos científicos que comprovassem suas falas sobre o distanciamento social para salvar mais

¹² Disponível em: <https://g1.globo.com/politica/noticia/2020/03/24/bolsonaro-pede-na-tv-volta-a-normalidade-e-fim-do-confinamento-em-massa.ghtml>. Acesso em: 13 jul. 2020.

¹³ Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/educacao/2020/03/em-meio-a-pandemia-governo-bolsonaro-investe-contra-pesquisa-em-ciencias-humanas.shtml>. Acesso em: 13 jul. 2020.

vidas. Nessa última semana do mês de março, o canal Atila Iamarino conseguiu 103.000 novos inscritos e terminou o mês com uma marca de 873.000 inscritos.

Pontua-se ainda, no dia 30 de março de 2020, a participação do Atila no programa “Roda Viva”, da TV Cultura cuja a audiência foi a maior desde a entrevista com o presidente Jair Bolsonaro em 2018, batendo o recorde do ano. No YouTube, foram mais de 3,7 milhões de visualizações em uma entrevista que durou 1 hora e 31 minutos, onde o biólogo enfatizou a importância da ciência em meio ao anúncio de cortes de verbas para pesquisas diante de uma pandemia.

A Ciência no Palco

Diante dos dados levantados pelo site Social Blade, foi possível perceber a relevância que o canal Atila Iamarino foi ganhando à medida que a repercussão sobre os casos de coronavírus aumentavam no Brasil. No mês de janeiro de 2020, quando ainda não havia casos registrados no país, o nome Atila Iamarino ainda era pouco conhecido e suas previsões pareciam distantes ou até ilusórias. À medida que seu discurso ia se construindo e o cenário da pandemia ganhava forma no Brasil, seu nome se tornava mais conhecido, transformando-se em uma fonte especializada que contrapunha o discurso governamental.

Observa-se que em fevereiro de 2020, quando o Brasil confirmou o primeiro caso de coronavírus, o canal Atila Iamarino apresentava um crescimento linear, foram 35.000 inscritos a mais em relação ao mês anterior, um crescimento de aproximadamente 19,8%. Desde seu primeiro vídeo sobre o vírus, o biólogo já utilizava a hashtag “#FiqueEmCasa”, indicando que ficar em casa e se distanciar socialmente seriam soluções para barrar o avanço do vírus e, a partir dessas ações, foi ganhando voz e conhecimento.

Como apontado, o mês de março de 2020 foi marcado pelo início das restrições. Conforme as notícias sobre o aumento dos casos eram anunciadas e a população começava a entender o que estava acontecendo, Atila continuava a postar seus vídeos e o número de inscritos em seu canal começou a crescer de forma exponencial. Com um jeito simples e bem didático de falar, Atila adotou uma postura séria passando a comunicar com tabelas e dados que comprovavam suas previsões.

Na semana dos dias 16 a 23 de março de 2020 (semana que se iniciaram as medidas de isolamento social), o canal atingiu o maior índice de inscritos semanais desde a sua criação, foram 350.000 novos inscritos.

Conforme observado nos dados apresentados, enquanto os casos de coronavírus aumentavam no Brasil, a procura por informações sobre o assunto crescia e o nome Atila Iamarino ganhava espaço.

A utilização de recursos visuais para ilustrar as suas falas e a preocupação em dividir os temas por cores mostra a preocupação do biólogo em convencer o interlocutor sobre o assunto tratado e torná-lo o mais simples possível.

Os vídeos produzidos pelo biólogo surgem como um organizador que conduz a uma linha de raciocínio. Primeiro ele se dirige a uma explicação sobre o vírus ainda pouco conhecido. Depois, ele indica as previsões baseadas em outros países que já tinham sido afetados pelo vírus até chegar ao ponto principal sobre os próximos passos a serem seguidos.

Ressalta-se que depois do discurso em TV aberta do presidente Jair Bolsonaro no dia 24 de março de 2020, contrariando especialistas e pedindo a volta à normalidade, Atila Iamarino ocupou a cadeira de centro no programa Roda Viva da TV Cultura no dia 30 de março de 2020, protagonizando um momento único em que o debate científico tomava conta do espaço e dominava as mídias e redes sociais. O que Atila e os cientistas do mundo inteiro haviam previsto nos últimos meses estava acontecendo e a ciência ganhava voz e prestígio.

Considerações Finais

Com as análises realizadas, observou-se que o canal Atila Iamarino foi, durante os primeiros meses de pandemia no Brasil, uma referência para quem buscava informações e conhecimento sobre o que se passava. Diante de um assunto tão importante e preocupante, informar-se através de pessoas que sejam especialistas e que possuam autoridade sobre o que falam porque estudam e pesquisam o assunto é a melhor e mais correta maneira de se obter o conhecimento.

No caso do canal Atila Iamarino, foi possível perceber que os conteúdos com temáticas referentes ao coronavírus foram os mais vistos, sendo que, as *lives* eram feitas para aprofundar os debates com um tom mais didático. A sua formação acadêmica dava ênfase ao seu nome o que reforçava o seu discurso e o diferenciava dos demais divulgadores.

Além da análise de dados realizada, o estudo apresentou o porquê da importância de tornar o conhecimento acessível e de interesse público, sabendo ser ele o responsável

por permitir que o cidadão, conforme Shen (1975, p. 265), possa “tornar-se mais informado sobre a ciência e as questões relacionadas a ela, [...] desta forma, participar mais intensamente no processo democrático de uma sociedade crescentemente tecnológica”.

O canal do biólogo se tornou uma fonte fácil de acesso, por estar no YouTube e, confiável para quem buscava informações sobre a pandemia devido à sua formação acadêmica, tornando o campo da ciência em meio a uma disputa por “autoridade”, um meio de grande visibilidade e repercussão.

Nessa perspectiva, considerando a importância da ciência no desenvolvimento da sociedade, de forma que seus estudos possam ser entendidos e aplicados na vida da população, faz-se necessária sua ampla divulgação em diversos meios de modo a permitir o acesso ao conhecimento à diferentes grupos e indivíduos, tornando-o acessível. Sendo assim, a divulgação científica assegura o diálogo entre os pares, público e comunidade científica, possibilitando a comunicação para a população em geral.

A divulgação científica presente em uma plataforma digital como o YouTube, que tem seu acesso grátis e necessita apenas de um dispositivo com rede de internet, possibilita que seus vídeos sejam vistos por um número maior de pessoas e seu alcance, mais democrático e menos hierarquizado. A relação que se forma entre o público leigo e o divulgador científico é de confiança, pois há uma maior tendência em acreditar nas informações compartilhadas por alguém conhecido e “próximo” quando este pesquisador se torna uma pessoa acessível, possibilitando que a disseminação de notícias falsas no país seja minimizada através da divulgação de informações científicas confiáveis.

Referências Bibliográficas

BUENO, W. C. **Jornalismo Científico**: conceitos e funções. In: *Ciência e Cultura*, 37 (9): 1985, 1420-1427 p.

CARVALHO, M. C. Divulgação Científica no YouTube: Narrativa e Cultura Participativa nos Canais Nerdologia e Peixe Babel. In: *Congresso Brasileiro de Ciências Da Comunicação em São Paulo*. São Paulo, 2016. **Anais** eletrônicos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-2014-1.pdf>. Acesso em: 13 jul. 2020.

CORONAVÍRUS: veja a cronologia da doença no Brasil. **G1. Globo**, 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/bemestar/coronavirus/noticia/2020/04/06/coronavirus-veja-a-cronologia-da-doenca-no-brasil.ghtml>. Acesso em: 13 jul. 2020.

DAL PIAN, L. F. Aproximações entre Comunicação Pública da Ciência e Entretenimento no YouTube: uma análise do canal Nerdologia. In: Congresso de ciências da comunicação na região nordeste, Natal, 2015. **Anais** eletrônicos. Natal: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2015. Disponível em: <https://pt.scribd.com/document/374027604/Aproximacoes-entre-Comunicacao-Publica-da-Ciencia-e-Entretenimento-no-Youtube-uma-analise-do-canal-Nerdologia>. Acesso em: 13 jul. 2020.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GOMES, R. F. L. **Jornalismo científico ou promoção institucional? Análise das regularidades discursivas no jornalismo científico da UFMA, IFMA e UEMA**. 2013. 143 p. Dissertação (Mestrado em Cultura e Sociedade) – Universidade Federal do Maranhão, 2013.

NETO, J. R. S. Alcance da divulgação científica por meio do YouTube: estudo de caso no canal meteoro Brasil. In: **V Encontro regional dos estudantes de biblioteconomia, documentação, gestão e ciência da informação das regiões sudeste, centro-oeste e sul. Belo Horizonte**, 2018. Disponível em: <file:///C:/Users/Cliente/Downloads/16885-Texto%20do%20artigo-47986-1-10-20200123.pdf>. Acesso em: 17 jul. 2020.

OLIVEIRA, A. G.; SILVEIRA, D. A importância da ciência para a sociedade. In: **Infarma ciências farmacêuticas**. Brasília, 2013. Disponível em: <http://revistas.cff.org.br/?journal=infarma&page=article&op=view&path%5B%5D=572&path%5B%5D=pdf>. Acesso em: 21 jul. 2020.

PRIOR, H. Mentira e política na era da pós-verdade: fake news, desinformação e factos alternativos. In: **P. Lopes & B. Reis**, Comunicação Digital: media, práticas e consumos (p. 75-97). Lisboa. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/332831651_Mentira_e_Politica_na_era_da_Pos-Verdade_fake_news_desinformacao_e_factos_alternativos. Acesso em: 22 jul. 2020.

QUINTANILHA, L.F. Inovação pedagógica universitária mediada pelo Facebook e YouTube: uma experiência de ensino-aprendizagem direcionado à geração-Z. **Educar em Revista**, Curitiba, Brasil, n. 65, p. 249-263, jul./set. 2017. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0104-40602017000300249&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 21 jul. 2020.

REALE, M. V.; MARTYNIUK, V. L. Divulgação Científica no Youtube: a construção de sentido de pesquisadores nerds comunicando ciência. In: Congresso brasileiro de ciências da comunicação em São Paulo. São Paulo, 2016. **Anais** eletrônicos. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016. Disponível em: <http://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/resumos/R11-0897-1.pdf>. Acesso em: 21 jul. 2020.

ROCHA, E. M. P.; FERREIRA, M. A. T. **Indicadores de ciência, tecnologia e inovação: mensuração dos sistemas de CT&I nos estados brasileiros**. Brasília: Ciência da Informação, v.33, n.3, 2004, 61-68 p.

SCHWARTZMAN, S. **Ciência e Tecnologia no Brasil: Uma nova política para um mundo global**. São Paulo, 1993, 59 p.

SHEN, B. S. P. Science Literacy. In: **American Scientist**. v. 63, 1975, 265-268 p.