

## O formato YouTuber como possível modelo de divulgação científica na internet<sup>1</sup>

Cristiane TURNES MONTEZANO<sup>2</sup>

Iluska COUTINHO<sup>3</sup>

Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, MG

### RESUMO

Esse artigo pretende realizar um estudo sobre o quadro “Nostalgia Ciência” do canal no YouTube “Nostalgia” para compreender como o formato e linguagem YouTuber, juntamente com a plataforma em que esse material está inserido, pode ser usada para disseminação da informação e divulgação científica através desse espaço público de comunicação. O artigo recorre à metodologia de Análise da Materialidade Audiovisual desenvolvida por Iluska Coutinho no âmbito do grupo NJA (Núcleo de Jornalismo e Audiovisual). Com a análise podemos inferir que o hibridismo do produto, que reúne características da TV aberta quanto a qualidade técnica e estruturas visuais com elementos da linguagem narrativa YouTuber, apresenta um modelo interessante para a divulgação científica na internet.

**Palavras-chave:** YouTube, formato YouTuber, Divulgação Científica, Canal Nostalgia, Jornalismo

### 1 INTRODUÇÃO

Em 2005 o YouTube adotou o slogan *Broadcast yourself* (algo como “Transmitir-se”)<sup>4</sup>, frase que esteve agregada ao logotipo da marca até 2012, quando ela foi retirada ficando apenas o logo YouTube como conhecemos atualmente. Apesar disso o Transmitir-se ainda define bem o conceito do material encontrado no site de compartilhamento de vídeos. Esse novo conceito de produção de material audiovisual proposto pela plataforma se popularizou rapidamente dando origem inclusive a um formato de vídeo para chamar de seu, o YouTuber. Diante dos novos potenciais que esse formato apresenta e do fato de que ele a sua maneira parecem ter transformado o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 3 a 5 de junho de 2019

<sup>2</sup> Estudante de Graduação no curso de Jornalismo da UFJF, integrante do Laboratório de Jornalismo e Narrativas Audiovisuais, email: [c.turnes@hotmail.com](mailto:c.turnes@hotmail.com)

<sup>3</sup> Doutora em Comunicação Social, professora do curso de Jornalismo e do PPGCOM da Faculdade de Comunicação da UFJF, orientadora do trabalho, email: [iluskac@globo.com](mailto:iluskac@globo.com)

<sup>4</sup> YouTube e a Revolução Digital de Jean Burgess, Joshua Green, 2009

---

modo dos mais jovens se comunicarem, criando novos patamares e conceitos para o audiovisual na internet, acreditamos na importância de compreender esse formato e analisar as potencialidades dele para transmissão de diversos conteúdos especialmente para propagação de divulgação científica e de caráter informativo/educativo. Tipos de conteúdos que tem crescido na plataforma.

Pensando nisso definimos como nosso objetivo principal compreender como o formato e linguagem YouTuber, juntamente com a plataforma em que está inserida, pode ser usado para disseminação da informação e divulgação científica. Para isso tomamos como objeto empírico um quadro de um canal específico hospedado no YouTube, o “Nostalgia Ciência” do “Canal Nostalgia”. Traremos para análise metade dos vídeos disponibilizados até o momento da definição do recorte de análise da pesquisa, que foi realizado no dia 20 de setembro de 2018. Ele é constituído por seis itens (6), iremos analisar três(3). O canal em análise possui mais de 11 milhões de seguidores, estando entre os vinte (20) canais brasileiros com mais inscritos no site de vídeos (em dados coletados em 24 de novembro estava em décimo sexto lugar<sup>5</sup>).

Por estarmos analisando uma plataforma considerada recente e um formato atual buscamos um método de análise que consiga proporcionar uma melhor observação do objeto. Para tanto utilizaremos como base no nosso procedimento de análise a Análise da Materialidade Audiovisual, conceito desenvolvido no âmbito do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (CNPq-UFJF) por Coutinho, como possível metodologia de análise de objetos audiovisuais. A proposta é pensar na produção de modo geral texto+som+imagem+tempo+edição, haja vista que a recepção se dá pelo todo e não de maneira fragmentada. Desse modo acreditamos que será possível realizar um exame mais capaz de atender as singularidades observadas no ambiente em que se encontra o objeto.

## **2 A IMPORTÂNCIA DO YOUTUBE E O FORMATO YOUTUBER**

---

<sup>5</sup>Dados retirados do site internacional Social Blade, que copia dados das principais plataformas da internet, incluindo o Youtube, para através de gráficos acompanhar o crescimento dos perfis encontrados nos mesmo. <https://socialblade.com/youtube/top/country/br/mostsubscribed>. Os dados variam muitos no início dessa pesquisa o canal estava em décimo primeiro e posteriormente na décima quarta posição

---

A internet, desde seu início, é vista como a possibilidade de um espaço de democratização da informação, quase a personificação da aldeia global<sup>6</sup>, conceito criado por Herbert Marshall McLuhan, que acreditava nas novas tecnologias como encurtadoras das distâncias e na volta da sociedade ao sistema de aldeia em que tudo é interligado (McLuhan, 1968). Independentemente de ter ou não chegado a tal status, a internet com certeza se tornou um lugar efetivo de circulação e oferta de informação extremamente fluido e ainda apresentou novos formatos. Quanto aos códigos e formas de oferta de conteúdo, uma se mostrou de alguma maneira dominante em especial nos últimos anos: a produção em vídeo. Segundo a Pesquisa TIC Domicílios, levantamento sobre internet e tecnologia de maior importância no Brasil, produzida pelo Centro de Estudos para o Desenvolvimento da Sociedade da Informação (Cetic.br)<sup>7</sup> e divulgada em 24 de julho desse ano houve um crescimento de 22% no consumo de vídeos na internet entre 2012 e 2017. No início do levantamento o índice do consumo desse material era 49% e subiu para 71% no ano final. Esse resultado levou o ato de visualizar e assistir vídeos a se tornar, junto com o consumo de áudio, a prática multimídia mais realizada por brasileiros na internet.

E a grande referência desse tipo de circulação e oferta na internet é o YouTube, site de compartilhamento de vídeo. Segundo o *ranking* de *sites* Alexa<sup>8</sup> o YouTube era até dia 23 de novembro desse ano a terceira página mais acessada do país, só ficando atrás do Google.com.br e Google.com, principal plataforma de busca da internet e proprietária do YouTube desde 2006.

O site redefiniu os limites entre consumidor (receptor) e produtor (emissor) ao ter como sua essência e ser um site de cultura participativa, o que muito provavelmente foi a característica responsável pela sua popularização. Dessa forma remodelou o entretenimento e o conteúdo audiovisual no contexto da cultura popular contemporânea, mud(ando) a relação com a propriedade. Pois a expressão autônoma criada pelas usuários extrapol(ou) a dinâmica recorrente nas mídias anteriores de um modo que ainda não tinha sido experimentado ao transformar(em) definitivamente a nossa maneira de absorver conteúdo. Tendo uma forte influência na contribui(ção) (d)o

---

<sup>6</sup>Conceito estabelecido por Marshall McLuhan no livro Guerra e paz na aldeia global em parceria com Quentin Fiore

<sup>7</sup>Informações encontradas no site da Agência Brasil <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/consumo-de-video-online-ja-e-preferido-por-71-dos-internautas-do-pais>

<sup>8</sup>Informação retirada do site Alexa dia 23 de novembro de 2018 (os números são atualizadas a cada 3 meses) <https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>

---

surgimento de uma esfera de cultura pública mais inclusiva e com mais conhecimento” (BURGESS e GREEN, 2009).

O que há de revolucionário no Youtube é que ele representa, nos termos de Levy, “Uma apropriação normal, calma e embasada do discurso”, um site em que a mídia de massa é citada e recombina, em que a mídia caseira ganha acesso público e várias subculturas produzem e compartilham mídia. , p.144)

O espaço YouTube apesar de muito contemporâneo e ainda pouco explorado em um breve período de tempo se tornou uma das plataformas mais acessadas da internet que levou ao advento dos YouTubers, os blogueiros da nova geração que produzem seus conteúdos em vídeos para o site e possuem grande apelo em especial entre o público jovem. O YouTube recriou e transformou um modo de comunicar, conduzindo-o a novos patamares, criando um formato para chamar de seu. Com algumas peculiaridades e particularidades que o espaço agrega ao conteúdo ali compartilhado feito para o site e não meros usos *crossmedias*<sup>9</sup> (reprodução de material de outra mídia, adaptação). Ser YouTuber se tornou uma espécie de profissão agregada ao status de celebridade e influenciadores como mostrou a pesquisa encomendada pelo Google e realizada pelo Instituto Provokers apontando as personalidades mais influentes no Brasil em 2017<sup>10</sup>, dos dez primeiros lugares cinco foram ocupados por eles, incluindo a primeira posição do ranking.

O locutor se dirige diretamente ao seu interlocutor, mas vai por vezes um pouco além ao utilizar gírias ligadas ao público jovem em especial as do meio digital. Dessa forma pessoaliza o contato ao mesmo tempo que busca se definir como participante dessa “tribo” desse ambiente de estrutura de “aldeia global”. Trazendo sua linguagem e até mesmo tom utilizados mais próximos de uma conversa cotidiana, com esse vocabulário coloquial e abordagem direta e persistente o diferenciando bastante por exemplo da televisão, o conteúdo da mídia tradicional não convida explicitamente ao diálogo ou à participação intercriativa (BURGESS e GREEN, 2009, p.79), o que leva

---

<sup>9</sup>Termo usado para se referir quando um conteúdo é disponibilizado em diversas mídias. De acordo com a pesquisadora Monique de Haas “comunicação crossmídia é a comunicação onde a narrativa direciona o receptor de um meio para o próximo”(apud CORREIA E FILGUEIRAS, 2008, p. 4). Isso é recorrente quanto ao conteúdo disponibilizados no Youtube por que grandes empresas de comunicação, que normalmente apenas reproduzem o que transmitem em seus canais de TV aberta.

<sup>10</sup><https://fotografia.folha.uol.com.br/galerias/nova/1578367457451684-10-maiores-influenciadores-do-brasil#foto-1578367457545345>

---

seu espectador o identificá-lo e colocá-lo na posição de uma espécie de amigo, fazendo de quem o assiste uma espécie de confidente. Nesse modelo, mesmo que não seja uma constante, essa mensagem é reforçada pelo cenário que é normalmente o quarto do YouTuber, salientando o que Burgess e Green denominam como “cultura do quarto”.

O vínculo ainda é intensificado por outras ferramentas disponibilizadas pela plataforma, como o convite ao engajamento do receptor através da inscrição nos canais dos YouTubers para ser avisado quando há novos conteúdos postados, algo que recorda a assinatura em revista ou jornais, só que gratuita nesse caso. Esse artifício que foi aperfeiçoado com a criação de um sinalizador, um ícone de “sininho” que se ativado notifica com maior frequência o usuário sobre os vídeos adicionados, permitindo que ele tenha mais opções de configuração do recebimento das notificações como a periodicidade delas e em quais redes sociais ela deve aparecer, incluindo automaticamente aquilo na sua agenda. Dessa forma é dado mais controle ao usuário acerca até mesmo de como ele receberá a informação de novos conteúdos para assistir, ao mesmo tempo em que a imediação se acerca de uma relação entre amigos já que os “lembretes” chegando através da rede remetem há algo que o “usuário web” já está familiarizado. Assim, os avisos de novas postagens promovem uma retroalimentação dos aparatos do ambiente virtual que tem cada vez mais facetas adicionadas em seu uso. Ainda há a “Comunidade” do canal espaço especialmente destinado a seus inscritos em que o interlocutor interagem diretamente com o conteúdo do canal, inclusive ajudando em decisões quanto ao que será produzido, optando através de votações abertas os temas que terão futuros vídeos. Dinâmica que também pode ocorrer através do espaço de comentários em que o consumidor pode interagir manifestando sua opinião sobre o conteúdo ou respondendo perguntas ou posicionamentos feitos pelos vlogueiros que durante o vídeo os “lembra” dessa possibilidade.

## 2.2 A COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA CIÊNCIA NO FORMATO YOUTUBER

Porém como esse modelo e esse espaço podem se tornar contribuidores contemporâneos da disseminação da informação e divulgação científica e porque a transmissão desse tipo de informação é tão importante. Cristiane de Magalhães Porto reflete em seu livro “Difusão e cultura científica alguns recortes” a respeito da relevância dos conhecimentos científicos não apenas como conteúdo didático mas como

---

repertórios que fazem parte da constituição de cidadania dos indivíduos, sendo um agente de sua socialização, ou seja, de inclusão.

é preciso esclarecer que a cultura científica visa contribuir de forma dual. Primeiro, para um melhor conhecimento não só dos conteúdos como também das condições históricas, sociais e culturais da produção do conhecimento científico. E, também, dá ênfase à integração do conhecimento científico e tecnológico e das competências a eles associados nos repertórios de recursos cognitivos e críticos necessários à participação na sociedade e ao exercício ativo da cidadania. (PORTO, 2009, p. 99)

Pensando no tocante às dificuldades enfrentadas para um bom cumprimento dessa missão, tarefa que a divulgação científica teria. O professor Wilson da Costa Bueno, um dos grandes estudiosos do tema, discorreu em seus estudos a respeito da imensa dificuldade que essa aparentemente simples ação foi demonstrando ao longo do tempo. Ele observa que apesar de avanços ainda um dos principais obstáculos são os termos e jargões técnicos que acompanham a área o que leva que “a difusão de informações científicas e tecnológicas [...] obrigatoriamente requer(a) decodificação ou recodificação do discurso especializado, com a utilização de recursos (metáforas, ilustrações ou infográficos, etc.) que podem penalizar a precisão das informações.” E mesmo que a decodificação não resulte no melhor processo ela é necessária visto que segundo Bueno o objetivo da divulgação da ciência é de certo modo populariza-la diante da população, incentivando também o senso crítico sobre ela.

Sendo assim podemos acreditar que o modelo YouTuber com adaptações pode se encaixar em aspectos importantes para ajudar nesse processo de alfabetização científica, ao proporcionar maior alcance dos conhecimentos ali disseminados, ao mesmo tempo que favorece a proximidade entre o interlocutor e espectador o que beneficia o debate democrático de questões.

A divulgação científica nas redes digitais constitui um caminho possível para o fomento de uma comunicação da ciência, utilizando o potencial do ambiente digital como meio de integração, socialização e trocas de experiência, informação e conhecimento. (REALE, Manuella Vieira, 2016)

Ademais esse formato diferenciado da plataforma possibilita desconstruir a ciência e temas relacionados tão almejada para promoção de uma mudança na percepção pública acerca dela, obtendo de modo eficiente a difusão e despertar do interesse e olhar crítico, dessa forma democratizando a ciência.

---

No que diz respeito à divulgação científica, dentre todas as tecnologias comunicacionais, é a Internet que tem provocado transformações mais significativas no processo de produção da informação. Isto quer dizer que nenhum outro meio tem possibilitado, com a mesma intensidade, o desenvolvimento de modelos de comunicação democráticos, onde, segundo Bucchi (COMCIÊNCIA, 2008), o público participa do debate sobre a ciência e seu papel social, com suas opiniões, valores, expectativas ou preocupações. (PORTO, p.109)

### 3 QUADRO NOSTALGIA CIÊNCIA: UM CAMINHO DE INFORMAÇÃO NO YOUTUBE

O material empírico em análise nessa pesquisa são vídeos do canal disponibilizados no YouTube. Analisamos três dos seis vídeos disponíveis até quando realizado o último recorte temporal da pesquisa em 20 de setembro de 2018. Os audiovisuais que compõem esse recorte se mostram interessante para estudo porque além de serem recentes, trazem uma proposta diferenciada e interessante por trazer um material informativo em um formato hoje muito popular que acumula cada vez mais espectadores, especialmente o público jovem, o formato “*youtuber*”.

O Canal Nostalgia possui números bem expressivos entre os *YouTubers* brasileiros de acordo com os Dados do site internacional Social Blade (que compila dados das principais plataformas da internet, incluindo o YouTube, e por meio de gráficos acompanha o crescimento dos perfis encontrados nos mesmo). Ele é o 16º colocado da plataforma considerando o número de inscritos no país. No dia 24 de novembro de 2018 registrava 11,633,364 inscritos e acumulava 944,347,642 de visualizações ao todo; o que lhe rendeu do site de avaliação Social Blade a nota B+ <sup>11</sup>, a nota total é uma representação visual do site com base no ranking em contraposição ao banco de dados completo do canal, ao seja, levando em consideração não só os número de inscritos e visualizações bem como a frequência do crescimento desses dados.

Nosso objetivo principal é compreender como o formato e linguagem YouTuber, juntamente com a plataforma em que está inserida, pode ser usado para disseminação da informação e divulgação científica através desse espaço público de comunicação a partir do quadro “Nostalgia Ciência” do “Canal Nostalgia”. Para tal levaremos em consideração o formato YouTuber e tudo que o envolve, da linguagem a

---

<sup>11</sup> <https://socialblade.com/youtube/top/country/br/mostsubscribed>

---

edição e produção; a importância do uso das novas tecnologias para disseminação da informação e divulgação científica.

O nosso objeto está localizado no YouTube e como tal é produto de todas as transformações e singularidades que este espaço de comunicação possui; é preciso observá-lo a partir dessa perspectiva, considerando a narrativa particular que é utilizada nesse meio. Diante da escassez de modelos de análise que oferecessem uma referência para melhor observar essa estrutura propomos uma análise dos vídeos tendo como base a Análise da Materialidade Audiovisual, conceito desenvolvido no âmbito do Núcleo de Jornalismo e Audiovisual (CNPq-UFJF) por Iluska Coutinho, como possível metodologia de análise de objetos audiovisuais. A proposta é pensar na produção de modo geral texto+som+imagem+tempo+edição, haja vista que a experiência audiovisual ocorre pelo todo e não de maneira fragmentada.

Apresentamos a análise da materialidade audiovisual como proposta de uma metodologia para chamar de nossa, que busca aproximar-se das especificidades do fazer, investigar e narrar o telejornalismo. Os procedimentos aqui descritos, [...] buscam explicitar aspectos da narrativa telejornalística, preservadas as marcas da materialidade audiovisual que as constituem, tendo como princípio não a decomposição de texto/som/imagem. (COUTINHO, 2016)

Sobre o objeto, o quadro Nostalgia Ciência, formato e conteúdo mais recente criado no canal, salientamos que é o ponto mais fora da curva do modelo iniciado em 2011, seus vídeos estão separados em uma playlist. Ele se aproxima do formato de um programa, ao possuir mais elementos capazes de sugerir uma identidade própria. Há uma abertura em animação, o cenário é todo pensado para o tipo de conteúdo veiculado a cada episódio, há inclusive um figurino que remete a temática proposta. Há a apresentação do tema e do YouTuber “Eu sou Felipe Castanhari e seja bem vindo ao Nostalgia Ciência” fala com o intuito de convidar o espectador a conhecer esse novo conteúdo que o canal está disponibilizando. É interessante destacar que durante a apresentação o narrador é creditado, algo que não ocorre nos outros vídeos no canal e que não é muito comum no universo YouTuber, que normalmente possuem poucos inserções gráficas. Após isso é mostrada a vinheta desse novo “programa”, que é o logo animado criado com o nome “Nostalgia Ciência” com uma trilha sonora instrumental específica. A partir do segundo vídeo ela é sucedida de uma apresentação secundária que segue o padrão da encontrada nas outras



---

produções do canal “Olá meus queridos amigos, tudo bem com vocês? Eu sou Felipe Castanhari e está começando o Nostalgia Ciência”. Há também a logomarca do canal, que é uma letra “N” estilizada sempre presente no canto direito inferior do vídeo. É possível perceber que as artes e animações inseridas ao longo dos vídeos tem um estilo próprio e foram criadas especialmente para o programa assim como efeitos sonoros. Percebe-se então uma preocupação não só com o conteúdo (pelo o uso de consultoria de um profissional) mas como também de estabelecer um conceito visual, ou melhor uma identidade visual própria para o programa. Incluindo também thumbnails<sup>12</sup>(capa das miniaturas dos vídeos) visivelmente mais personalizadas. Essa estruturação personalizada do quadro ainda pode ser observada pela espécie de bordão que é repetido no final de cada vídeo “Mantenham-se sempre curiosos”. Sendo assim, também é interessante destacar o uso de créditos no final do vídeo(algo comum de se ver em programas de televisão), mas não no modelo YouTuber.

Castanhari busca destacar que o diferencial está em como o conteúdo é explanado nas produções, seguindo o ritmo leve, descontraído e com tons de humor visto em todo o canal mesmo que aqui se note que o humor toma contornos diferentes bem mais sutil em comparação com outros conteúdos do canal. Assim temos uma estrutura visual e de edição com a qualidade e alguns elementos muito próximos do que é encontrado em TV aberta, só que no YouTube e por isso com uma linguagem e ritmo próximos do que é visto em vídeos de *YouTubers*. E como tal carrega outros traços dessa “fórmula”, como o convite ao engajamento através das curtidas no vídeo e o seu compartilhamento tal cada a inscrição no canal, relação interpessoal entre público e produtor, chamada para assistir outros vídeos do canal e a inserção de card.

#### **4.2.1 Análise do vídeo: Qual a origem da lua?**

O vídeo possui 3.751.996 visualizações com 658 mil curtidas e 7,2 mil não curtidas e 33.583 comentários. Com a duração 13 minutos e 54 segundos ele foi publicado em 13 de julho de 2017 com a seguinte descrição resumo “Olhamos para o céu e sempre vemos a nossa Lua, mas nem sempre ela esteve lá.. Como será que ela surgiu?”.

---

<sup>12</sup> Matéria que explica o que são thumbnails e a origem do termo- <https://marketingdeconteudo.com/thumbnail/>

---

O vídeo começa com uma abertura em animação. Posteriormente Castanhari introduz o tema falando a respeito da distância entre a Lua e a Terra e o constante aumento desse distanciamento, refletindo que para entendê-lo é preciso primeiro conhecer a origem da Lua, aqui já são mostradas algumas animações inseridas na tela, sobre os gestos feitos pelo interlocutor e alguns dados falados aparecem por escrito. A vinheta é introduzida e no retorno ao vídeo o interlocutor explica o porquê da criação do novo programa ratificando com algumas informações o seu apreço por ciência e mais uma vez é utilizado a sua experiência pessoal para aproximá-lo do espectador e naturalizar as escolhas realizadas na produção dos conteúdos. Ao mesmo tempo isso também aumenta os laços entre o emissor e receptor ao mostrar que é um área que gosta e se identifica. Reforçando a mensagem que permeia todo canal que o conteúdo criado é o que ele gostaria ver. Pode-se acrescentar a essa construção de credibilidade a informação de que o material conta com o auxílio de profissionais na área; Castanhari diz que juntou “esforços com alguns dos maiores cientistas da área”, ou seja, as informações ali emitidas passaram pela consultoria de especialistas com amplo conhecimento de ciência. Após isso ele comenta da importância pessoal que o projeto tem para ele e pede o engajamento dos internautas, enaltecendo a importância do “feedback” a partir da inscrição, curtida e compartilhamento das coisas do canal para a manutenção de seus diversos conteúdos.

Após isso o narrador YouTuber volta ao assunto central da produção. Ele inicia falando acerca do privilégio que temos de vivermos em uma época em que a ciência é bem evoluída, comparando com a ciência antigamente. Ele conta lendas sobre o surgimento da Lua, tudo é ilustrado por animações estilizadas e que dão identidade visual ao programa, ou mesmo tempo que tornam o vídeo mais fluido e interessante, a animação encaixa muito bem com o tom lúdico das histórias narradas. Então ele busca explicar o surgimento do Sol e do Sistema Solar contado em formato de história. Podemos fazer um comparação mais uma vez com o jornalismo que também usa da dramaturgia para “contar” as notícias que nada mais são que histórias. Assim Castanhari usa desse mesmo recurso para explicar todo a criação da Terra, o mesmo é feito para explicar algumas teorias quanto a formação da Lua. Toda essa narrativa é ilustrada por animação e artes produzidas especialmente para o programa, assim informações e termos são explicados numa linguagem simples.

---

#### 4.2.2 Análise do vídeo: Nostalgia Ciência - A Terra é plana? Com Leon e Nilce

A produção possui 5.667.705 visualizações, 940 mil curtidas, 17 mil não curtidas e 58.808 comentários. Foi publicado em 8 de novembro de 2017 e tem a duração de 23 minutos e 22 segundos. É descrito como “Seria a terra na verdade PLANA? Existe uma conspiração mundial para fazer você acreditar que a terra é redonda? Entenda!”

Repetindo a estrutura do vídeo anterior quando a introdução esse vídeo trata sobre o teoria de que a Terra é plana chamada teoria do Terraplanismo. Há a informação de que essa produção também foi patrocinada pelo site de preparação para a prova do Enem “Trilha do Enem”. É interessante ressaltar que o tema foi escolhido porque essa teoria ganhou muitos adeptos nos últimos anos inclusive no Brasil<sup>13</sup>, e na época em que o vídeo foi postado tinha acabado de ocorrer a primeira conferência de "terraplanistas", que foi realizada nos Estados Unidos, o que levou essa discussão para a internet. O vídeo foi feito com o objetivo de esclarecer as pessoas sobre o assunto. Outro detalhe interessante é que esse vídeo possui convidados. Leon e Nilce que também são *YouTubers* e administram e apresentam o canal “Coisa de nerd”<sup>14</sup> e que produzem vídeos sobre games, tecnologia e ciência. Essa prática de convidar outros *YouTubers* para vídeos é comum e tem crescido cada vez mais dentro desse seguimento. Chamada de “Colabs” (colaborações) é uma estratégia de marketing que ajuda no impulsionamento do engajamento dos internautas ao unir os seguidores dos dois “YouTubers” no mesmo vídeo além de possibilitar que os seguidores de um conheça o outro *YouTuber* e a partir daí possa vir a segui-lo também. devido esse objetivo essas colaborações são realizadas normalmente com *YouTubers* que produzem conteúdos semelhantes ou correlacionados.

O vídeo apresenta a teoria do Terraplanismo, explicando em que ela se baseia para depois contrapor a teoria a partir de evidências e leis físicas que contradizem as crenças dos terraplanistas. Seguindo com a inserção de animações e artes. A produção é bem dinâmica tendo as informações intercaladas entre o apresentador e seus convidados de maneira natural. Ao final do vídeo Castanhari convida seus seguidores a conhecerem o canal de Leon e Nilce.

---

<sup>13</sup><https://www.bbc.com/portuguese/brasil-41261724>

<sup>14</sup><https://www.youtube.com/user/coisadenerd>

---

### 4.2.3 Análise do vídeo: Como tornar Marte habitável? Com Iberê

A produção possui 2.660.240 visualizações, com 397 mil marcações de gostei, 4,2 mil de não gostei e 14.177 comentários. Publicada em 4 de junho de 2018 ela tem duração de 18 minutos e 44 segundos. Na descrição é resumida assim “Será que é possível tornar MARTE em um planeta Habitável? Como iremos fazer isso? Descubra aqui, no Nostalgia Ciência!”

Esse vídeo tem algumas mudanças em relação aos outros. Ele não possui a abertura animada com os ursos polares como nos outros; ele já inicia direto com o apresentação do tema. Outra diferença é quanto ao figurino; nesse audiovisual Castanhari está usando uma camisa social azul e um casaco preto, a roupa busca passar sobriedade o que se encaixa com a proposta desse programa e mantém a diferenciação quanto aos outros quadros do canal, mas é o único vídeo em que ele não está utilizando o figurino visto em todos os vídeos anteriores, assim como o cenário também tem algumas alterações, uma nova iluminação e novos objetos de decoração.

Esse vídeo também é um “Colab” entre YouTubers, o convidado dessa produção é o Iberê Thenório, dono do canal “Manual do Mundo”<sup>15</sup> que trata também de assuntos relacionados a ciência. Esse é um canal com relativo sucesso na internet muito por conta das experiências científicas realizadas nos vídeos.

Inicialmente é realizado um histórico sobre as informações coletadas pelas cientistas sobre o planeta e das várias missões já realizadas por agências espaciais. São apresentadas as características que levariam Marte a ser a melhor opção de planeta do nosso Sistema Solar para ser habitada por nós. É então realizada uma lista de quais seriam as medidas que deveriam ser tomadas para tornar Marte habitável. Animações, artes e ilustrações são bastante usadas para exemplificar as questões que são levantadas ao longo do vídeo. Ao fim a produção deixa uma mensagem de conscientização, para que as pessoas busquem preservar o planeta Terra, já que apesar de haver pesquisas como mostrado durante o vídeo ainda há muitos obstáculos para vivermos em Marte. E se isso vier a ocorrer, que seja para conhecer o outro planeta não porque a Terra não seja mais um lugar habitável. Como na outra produção em que houve *colab* Castanhari convida seus seguidores a conhecerem o canal do Iberê.

---

<sup>15</sup>[https://www.youtube.com/channel/UCKHhA5hN2UohhFDfNXB\\_cvQ](https://www.youtube.com/channel/UCKHhA5hN2UohhFDfNXB_cvQ)

---

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa buscou compreender como o formato e linguagem YouTuber, juntamente com a plataforma em que está inserida, pode ser usada para disseminação da divulgação científica através desse espaço público de comunicação a partir do quadro “Nostalgia Ciência” do canal de Youtube “Nostalgia”. Para tal foi realizada uma análise sobre a plataforma e suas ferramentas, além de como se deu o surgimento do modelo vlogger, mais tarde denominado YouTuber, que despontou como modelo principal dos vídeos criados pelos usuários do serviço. Desse modo buscamos apontar aspectos e características que constituem o formato YouTuber assim como seu uso.

O Nostalgia Ciência busca um caminho de encontro entre a produção de um conteúdo de divulgação científica de um modo didático e dinâmico, com os elementos de linguagem veiculada no modelo “*YouTuber*” e que sempre esteve presente no material do canal. Há mudanças sutis no comportamento em vídeo do apresentador e também produtor Felipe Castanhari que apenas suaviza o humor utilizado por ele, mantém o bom humor mas nesse quadro é mais colocado e medido. A grande mudança ocorre no visual e na edição desses vídeos; a ideia de passar profissionalismo é percebida em todo o material desenvolvido. Há todo o desenvolvimento de uma identidade visual o projeto tem uma abertura, vinheta, crédito do apresentador e seus convidados e créditos finais. Apesar de Castanhari utilizar o termo programa para se referir aos quadros criados no canal esse talvez seja o que realmente mais assemelhe ao modelo de programa veiculado na TV aberta. Aqui a edição e imagem mais amadora tão característica do modelo YouTuber são deixadas de lado para dar lugar a um produto que se preocupa com a estética e qualidade da imagem também. Além de roteirização do conteúdo e planejamento de texto e gráfico, abandonando o modelo técnico de vlog de edição rápida. Porém a forma de transmitir do interlocutor não sofre tantas alterações. A atuação rápida em frente a câmera, a linguagem coloquial, o dinamismo, a comunicação interpessoal e por consequência o convite natural a reação do internauta que também marcaram a caracterização do gênero permanecem. E esses elementos são bastante valorizados ao que o próprio criador busca sempre evidenciar em seu discurso a cada mudança do canal e novo conteúdo; que a essência do canal sempre será mantida, destacando assim a ideia de fazer uma produção em que haja informação e troca de conhecimento, porém de forma leve, descontraída ao que Castanhari frisa “ a grande

---

questão é em como ela (a história) é contada”<sup>16</sup>, é interessante notar que essa também seja de certo modo uma preocupação do Jornalismo. Em linhas gerais percebemos um certo hibridismo no produto, que apresenta características da TV aberta quanto a técnica de edição, qualidade e composição estética da imagem e componentes, estruturas visuais, mas com a linguagem narrativa *YouTuber*. Ao passo que ao mesmo tempo ele acaba traçando uma identidade própria. Apresentando assim um modelo interessante para a divulgação científica na internet, pois além disso acumula bons índices de engajamento dos internautas, com números altos de visualizações, curtidas e comentários. Os vídeos com menor interação em cada item de engajamento possuem mais de 2 milhões e 600 mil visualizações, 14 mil comentários e mais de 300 curtidas. E o vídeo com maiores números “A Terra é plana? Com Leon e Nilce” possui 5.667.705 visualizações, 940 mil curtidas e 58.808 comentários.

Podemos então inferir que o dinamismo, vivacidade do interlocutor, comunicação interpessoal cara cara proporcionada pelo YouTube, assim como o convite a reação e engajamento do espectador reforçada pelas ferramentas do site podem ser absorvidos para a produção de um material atrativo de caráter mais informativo e de divulgação científica. E que esse conteúdo realizado de maneira mais profissionalizada absorvendo também fórmulas já estabelecidas na mídia tradicional podem ser outro interessante caminho. O resultado da fusão da linguagem já estabelecida e conhecida entre o público alvo do site e técnicas de construção narrativa e de edição do jornalismo podem gerar produtos audiovisuais com bom engajamento e espaço de debate. Porém nosso conhecimento acerca dos formatos desenvolvidos dentro da web ainda é muito reduzido, temos várias lacunas a respeito das novas mídias e estruturas possibilitadas por elas, assim como suas potencialidades a serem estudadas. Parafraseando o próprio Castanhari em seu canal, devemos nos manter sempre curiosos quanto a esse espaço e os aspectos que ele envolve.

## REFERÊNCIAS

Agência Brasil EBC - **Consumo de vídeo online já é preferido por 71% dos internautas do país**. Disponível em:  
<<http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2018-07/consumo-de-video-online-ja-e-preferido-por-71-dos-internautas-do-pais>> Acesso em 20 de novembro de 2018

---

<sup>16</sup>fala de Felipe Castanhari em seu vídeo “ADOLF HITLER / HISTÓRIA”

Alexa - **Topsites**. Disponível em: <<https://www.alexa.com/topsites/countries/BR>>  
Acesso em 23 de novembro de 2018

BERNARDAZZI, Rafaela. **Youtubers e as relações com a produção audiovisual**. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2016.

BUENO, Wilson Costa. **Comunicação Científica e Divulgação Científica: Aproximações e Rupturas Conceituais**. Londrina, 2010. Disponível em:  
<<http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/viewFile/6585/6761>>

BURGESS, Jean. **YouTUBE e a Revolução Digital : como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade** / Jean Burgess e Joshua Green; com textos de Henry Jenkins e John Hartley ; tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009.

**Canal Nostalgia**. Disponível em:  
<[https://www.youtube.com/channel/UCH2VZQBLFTOp6I\\_qgnBJCuQ](https://www.youtube.com/channel/UCH2VZQBLFTOp6I_qgnBJCuQ)> Acesso em 20 de outubro de 2018

COUTINHO, Iluska. **O telejornalismo narrado nas pesquisas e a busca por cientificidade: A análise da materialidade audiovisual como método possível**. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2016.

EVANGELISTA CUNHA, Simone. **Novos Tempos, Novos Ídolos: Microcelebridades e Práticas de Construção de Audiência no YouTube**. XXXX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2017.

MCLUHAN & FIORE, Quentin. **Guerra e paz na aldeia global**. Rio de Janeiro: Record, 1971

MONTAÑO, Sonia. **A construção do usuário na cultura audiovisual do YouTube**. Revista Famecosmídia, cultura e tecnologia, 2017

PORTO, CM., org. **Difusão e cultura científica: alguns recortes**. Salvador: EDUFBA, 2009, Available from SciELO Books <<http://books.scielo.org>>

**Provoker site**. Disponível em: <<http://provokersite.com/>> Acesso em 23 de novembro de 2018

REALE, Manuella Vieira. **Divulgação Científica no Youtube: a construção de sentido de pesquisadores nerds comunicando ciência**. XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Intercom, 2016.

**Social Blade - Youtube, country, Br, mostsubscribed**, (Youtube, país, Brasil, mais inscritos). Disponível em:  
<<https://socialblade.com/youtube/top/country/br/mostsubscribed>> Acesso em: 23 novembro de 2018