

LINGUASAGEM

MIDIATIVISMO CIENTÍFICO CONTRA A COVID-19: UMA REFLEXÃO A PARTIR DA ANÁLISE DE BLOGS DE CIÊNCIA DA UNICAMP

Marco Túlio CÂMARA¹
Antônio Augusto BRAIGHI²

Resumo: Uma das inúmeras crises advindas com a pandemia do novo coronavírus foi a emergência de *Fake News* na *web*, o que complexificou um cenário já caótico. Nesse contexto, todavia, surgiram aqueles que apresentaram à população dados confiáveis, validados pela verdade científica, fazendo frente à desinformação. Poderíamos chamar estes sujeitos de midiativistas da Ciência? Para responder à pergunta, toma-se como objeto de análise aqui os Blogs de Ciência da Unicamp. Empreende-se neste trabalho uma análise discursiva do Especial Covid-19 dessa plataforma, desenvolvendo digressões acerca do potencial midiativista da ferramenta. Tem-se como resultado deste estudo a proposição do conceito de Midiativismo Científico e a consequente relativização da hipótese de que a iniciativa da Unicamp poderia se enquadrar nessa frente.

Palavras-chave: Midiativismo Científico; Divulgação Científica; Blogs de Ciência; Covid-19.

Abstract: One of the several crises resulting from the pandemic of the new coronavirus was the emergence of Fake News on the web, which has complicated an already chaotic scenario. In this context, however, there were those who showed reliable data to society, information validated by scientific truth, contrary to misinformation. Could we call these subjects science mediactivists? To answer the question, Unicamp's Science Blogs are analyzed here. A discursive analysis of the Special Covid-19 of that platform is undertaken in this work, developing digressions about the potential mediactivist of the tool. The result of this study is the proposition of the concept of Scientific Mediactivism and the consequent relativization of the hypothesis that Unicamp's initiative could be defined in this way.

Keywords: Scientific Mediactivism; Scientific Divulgation; Science Blogs; Covid-19.

Introdução

¹ Mestre em Estudos de Linguagens (Cefet-MG), doutorando em Linguística Aplicada (Unicamp). E-mail: marcotulio.camara@gmail.com.

² Doutor em Estudos Linguísticos (UFMG), Professor do Cefet-MG. E-mail: antonioaugustobraighi@gmail.com.

O objetivo deste estudo³ é o de refletir sobre a potencialidade de um conceito à luz da ação de práticas sociais de determinados indivíduos, cômicos de uma alteridade compartilhada; em outras palavras, verificar o que é e como se processaria a dinâmica do que se poderia chamar de Midiativismo Científico a partir da análise da investida dos pesquisadores da Universidade Estadual de Campinas–SP (Unicamp) em um Especial⁴ sobre a Covid-19. Estes sujeitos articularam um site, vinculado ao portal Blog's de Ciência da referida instituição⁵, onde postaram diversas publicações sobre a epidemia que assolou o mundo em 2020.

Fazendo frente às denominadas *Fake News* sobre a saúde, estes cientistas entraram numa disputa discursiva no intuito de ofertar orientações confiáveis à população e, para tanto, produziram textos, vídeos, imagens e áudios, veiculando-os na *web*. Assim, a presente proposta visa lançar luz a uma investida midiática que reflete a união de esforços de especialistas (numa gestão singular de dados, em trabalho colaborativo), que têm como intuito municiar a sociedade com informações variadas que auxiliem no combate ao novo coronavírus.

Partimos, como se observa, do pressuposto de que a intenção dos pesquisadores da Unicamp em produzir o mencionado Especial é a de contribuir socialmente. Por conseguinte, consolidada como intervenção social que se vale de uma mídia, poder-se-ia considerá-la uma proposta midiativista?

Tem-se como hipótese que o objeto de estudo pode ser considerado uma aplicação prática de uma espécie de Midiativismo Científico. A perspectiva se sustentaria no argumento que, ao fazer o trabalho de divulgação científica no ambiente digital, os participantes da ação se colocam a favor da Ciência, almejando o conhecimento geral. Não obstante, tal posicionamento parece ser também, em certa medida, combativo, pois, além de atuar contra as notícias falsas e a favor da informação de qualidade, repeleria consequentemente ainda ataques à pesquisa e à Ciência.

³ A presente discussão foi apresentada no Encontro Virtual da ABCiber 2020 e é publicada aqui com novas contribuições a partir de reflexões posteriores ao evento.

⁴ Disponível em: www.blogs.unicamp.br/covid-19 - acesso em 26 jun. 2020.

⁵ Apesar de a rede como um todo ter um vínculo institucional, os materiais que serão analisados aqui não refletem, segundo consta no editorial da plataforma, o posicionamento da Unicamp, respeitando a liberdade e independência de pesquisa e divulgação.

A fim de verificar tais conjecturas, apresentamos a seguir um levantamento teórico sobre o que é Midiativismo. Tal perspectiva de intervenção social, todavia e especificamente (sobre o objeto de estudo em questão), ocorre a partir de um cenário muito peculiar e é confirmada por uma prática já consolidada no meio científico: falamos da esfera *web* e da divulgação científica. Como e quais características tais perspectivas trazem ao conceito anterior também devem ser compreendidas aqui, de modo a entender de que maneira nasce a ideia de Midiativismo Científico. Com tal ferramental, é possível analisar discursivamente o Especial Covid-19 dos Blogs de Ciência da Unicamp. Antes, porém, evidenciamos atributos mais gerais do objeto de estudo e uma rápida descrição de suas publicações, a partir de um recorte temporal.

Os blogs de ciência da UNICAMP e o especial COVID-19

Criado em 2015, Blogs de Ciência da Unicamp é um portal, denominado condomínio de blogs e, como o conceito metafórico anuncia, é uma espécie de afluência de moradas contedísticas acerca de uma mesma temática. Ele representa uma articulação de sites sobre a divulgação científica de variadas áreas. Dada a limitação espacial de um artigo e como tal ferramenta não é precisamente o objeto de estudo, tratar-se-á pouco sobre ela, senão, mais especificamente, acerca do seu Especial Covid-19.

Segundo o editorial da publicação, os pesquisadores da Unicamp continuavam com as suas respectivas produções nos blog's que alimentavam quando entenderam que, diante da pandemia do novo coronavírus, trabalhar em conjunto “seria essencial para o compartilhamento seguro de informações”⁶. Assim, a partir de março de 2020, começaram a postar conteúdo no mencionado volume Especial com atualizações frequentes.

O site apresenta uma barra de menu dividida em sete seções, além da *home*: postagens; temas (com as categorias de cada postagem e a respectiva vinculação delas); glossário da Covid-19 (explicação de nove termos relacionados ao novo coronavírus); informações confiáveis (indicações de sites); editorial (apresentação da proposta do

⁶ Disponível em: www.blogs.unicamp.br/covid-19/editorial/ - Acesso em 03 jul. 2020.

Especial); material suplementar (aba com vídeos, imagens e áudio) e; rede de blogs (com uma apresentação do projeto Blogs de Ciência da Unicamp).

A página principal evidencia uma mensagem de boas-vindas. Logo abaixo, destacam-se 15 postagens, as mais recentes do Especial. Na aba postagens do menu principal, todos os textos do Especial estão listados. Em temas, o Especial apresenta oito categorias e outras duas subcategorias (ou vinculadas), sendo elas: arte da quarentena; checagem de fatos; conhecimento científico para entender a pandemia (com a categoria Material didático vinculada); Coronavírus; diagnóstico; sintomas e prevenção; sociedade (com a categoria infância vinculada) e; tratamento da Covid-19.

Um levantamento realizado em 25 de junho (Quadro 01) demonstra as categorias mais recorrentes dos *posts*. Como alguns conteúdos têm vinculação em duas ou mais categorias, o total de postagens foi de 103; sendo vistas por milhares de pessoas. De acordo com informações do Portal de Blog's da Unicamp, o Especial teve 807 mil acessos até o dia 27 de junho.

Além disso, cerca de 700 mil visualizações vinculadas aos *posts* também se deram em redes sociais *online*, como Facebook e Twitter. O que se observa, então, é uma ferramenta que teve apelo no seio da cibercultura⁷; a adesão ao conteúdo ocorreu, a pesquisa e os pesquisadores se fizeram presentes no meio e houve disseminação de informação. Dessa forma, crê-se que a investida logrou algum êxito. No entanto, só por isso, já se poderia dizer que houve Midiativismo Científico? Antes de responder a esta pergunta, é preciso entender o que é Midiativismo e as particularidades que a internet e a divulgação científica trazem para o conceito. Assim, observar-se-á a necessidade de uma apreciação discursiva, para além das métricas quantitativas, para se confirmar a hipótese supramencionada.

Quadro 01. Categorias e postagens no Especial Covid-19

Categorias	Posts	%
Conhecimento científico para entender a pandemia	27	23,1%
Sociedade	24	20,5%

⁷ Apreende-se a noção de tal conceito a partir, sobretudo, da compreensão de que os ambientes digitais devem ser pensados enquanto espaços de práticas midiático-discursivas, com características próprias, que afetam a vida em comunidade. Citando Manuel Castells (2013, p.169), vivemos um “mundo híbrido” de uma “sociedade em rede autoconstruída, com base na conectividade perpétua” on e off-line, gerando “uma íntima conexão entre as redes virtuais e as redes da vida em geral”.

Coronavírus	14	12,0%
Sintomas e prevenção;	14	12,0%
Arte da quarentena	9	7,7%
Checagem de fatos	9	7,7%
Diagnóstico	7	6,0%
Tratamento da Covid-19	5	4,3%
Infância	4	3,4%
Material didático	4	3,4%

Fonte: Elaborado pelos autores

Midiativismo

Midiativismo não é apenas uma junção aleatória de palavras para a formação de um neologismo; tampouco é o resultado da soma arbitrária dos conceitos mídia e ativismo. É preciso, claro, considerar os predicados dos termos em questão de modo a nos avizinharmos das implicâncias de tal relação. Todavia, o Midiativismo, mais do que isso, assenta uma nova maneira de se fazer política. Como a associação de nomes prevê, faz isso por meio dos recursos tecnológicos que a comunicação dispõe, criando até novos movimentos sociais a partir da Internet, por exemplo. É a promoção da democracia através da luta, do registro e do discurso; é o arrostar de setores considerados excluídos da sociedade, no exercício combatente e mediador da informação de cada um; é a luta contra o “vigilantismo e às tentativas de cerceamento das liberdades” (MACIEL, 2012, p.23), a partir da ação contestadora, com o verbo e o olhar.

No contexto atual de mídias digitais, essas produções de conteúdo não podem ser ignoradas na busca de uma definição do termo Midiativismo. Principalmente na realidade da pandemia que assola o mundo, tema central dos conteúdos produzidos no Especial sobre o qual lançamos nossa análise, é fundamental considerar a ampla possibilidade de elaboração e divulgação de informações e a relação disso com as novas formas de se lidar com espaços de diálogo e militância, em um período em que a conexão na rede se torna primordial para o contato. Considera-se, então, que esse novo tipo de ativismo pode ter se apropriado dessa nova configuração midiática na expansão de seus ideais, alcance e a luta propriamente dita.

Nessa esteira, para a construção de conceito de Midiativismo, a pesquisadora italiana Alice Mattoni (2013) distingue o ativismo na mídia, do ativismo sobre a mídia e

revista **Linguagem**, São Carlos, v.40, Número temático. Covid-19: uma pandemia sob o olhar das ciências da linguagem, 2021, p. 146-175. ISSN: 1983-6988.

do ativismo pela mídia. O “ativismo na mídia” ocorre quando as tecnologias de informação são usadas como espaço de produção de conteúdos que objetivam a mudança almejada, além de ser uma forma de divulgação de vozes antes silenciadas. Já o “ativismo pela mídia” é um processo de mobilização, resultando no uso que os ativistas fazem das mídias, tendo em vista seus objetivos e modos de “servir” aos movimentos aos quais estão inseridos, seja na cobertura de protestos ou na prática midiativista.

Por fim, o “ativismo sobre a mídia” abarca os movimentos sociais como espaço de conexão entre eles e a ação política propriamente dita, com a possibilidade de resultar (e provocar) ações ativistas fora das mídias. Enquanto rede de conexão, podemos considerar o espaço de redes sociais digitais como arenas que promovem e facilitam essas vinculações entre indivíduos e grupos, além de outras redes que surgem com o avanço da tecnologia, principalmente a móvel.

É nesse último aspecto que acreditamos que nosso objeto de análise mais se aproxima do conceito de midiativismo, uma vez que a rede de Blogs Unicamp, por si só, já se porta como uma rede de conexão e os conteúdos produzidos diretamente para o Especial Covid-19 podem se firmar como materiais de debate e ações que extrapolam o espaço midiático no qual está presente. Ao dar dicas de prevenção, informações científicas sobre remédios, formas de contágio e propagação do vírus, por exemplo, o conteúdo dialoga com o espaço físico, não se limitando ao digital, incitando ações práticas e pessoais para além das midiáticas.

Mas, além disso, o Midiativismo presume a solidariedade – quando baseado em noções específicas de ativismo (JORDAN, 2002). De antemão, nosso objeto de análise parece contemplar o pertencimento social e a coletividade que os conteúdos objetivam atingir e conscientizar. Nesse aspecto, as ações, aqui representadas pelos materiais postados no Especial em análise, não devem visar ao desenvolvimento de causas individuais, como a deliberada promoção e divulgação de pesquisas específicas, mas um sentimento altruísta, visando atender a toda uma sociedade, a fim de transcender necessidades pessoais ou institucionais.

Para se constituir como midiativista, o produto deve ter um propósito, um objetivo ao qual ele foi criado. A mudança social pretendida, mesmo que não esteja óbvia no processo de produção dos conteúdos enquanto intento principal e único, deve

perpassar os discursos que a compõem, além de ser observável na troca com os receptores, na construção de sentido dialógica. Ainda que seja utópica a mudança de toda a sociedade, a produção que objetiva atingir outros sujeitos, promovendo reflexões e discussões que, somadas e a longo prazo, podem visar a transição social, pode ser considerada um exemplo de midiativismo. Nada obstante, a internet parece trazer particularidades para o Midiativismo; aliás, mais especificamente para as práticas que serão observadas neste estudo. Senão, vejamos.

A Cultura Web

O ano de 2020 ficará marcado pela propagação de uma epidemia que vitimou pessoas em todo o mundo. Nesse cenário, aqueles que tiveram acesso a informações precisas e verdadeiras sobre como se proteger do vírus que protagonizou tal surto tiveram mais chances de preservar a própria saúde. Nada obstante ao acesso ao ambiente digital, no qual as pessoas poderiam se servir (a qualquer hora do dia) de subsídios que lhes norteassem corretamente sobre como se comportar no contexto mencionado, pululavam notícias falsas e dados incorretos de todos os matizes.

Tempos de crise, então, trazidos não só pela Covid-19. Mesmo antes dessa epidemia, outra já tomava conta das redes: as denominadas *Fake News*. Esse conteúdo, que parece se reproduzir de forma memética e atingir até um espaço que parecia intocável, a saúde, faz gerar, no entanto, resistência. Observa-se, assim, uma disputa discursiva nos ambientes digitais de quem fala a verdade e de quem mente deliberadamente, em meio a tantas outras opiniões, chistes e demais conteúdos que parecem complexificar até mais o cenário.

De um lado, o embuste digital – diversas informações errôneas circularam sobre a Covid-19, colocando vidas em risco – e, do outro, a informação – tantas vezes para desmentir, explicar e nortear, baseando-se na verdade científica, promovendo uma batalha pelo verdadeiro conhecimento. A intenção dessas últimas pessoas, tantas vezes representadas pela voz de pesquisadores, cientistas, professores, entre outros, era a de que o conteúdo consumido na grande rede pudesse ser utilizado de forma efetiva e positiva na vida dos internautas que dele se valessem.

A esse fenômeno podemos relacionar, também, a midiaticização da sociedade, entendendo os meios enquanto elementos de um processo ao qual se veicula, culminando na influência em outros processos e interações sociais (HJARVARD, 2012). Tal consideração, ambientada à atualidade, também abarca as mídias digitais e, especificamente no nosso caso, blogs de divulgação científica no contexto da pandemia de Covid-19. Desse modo, observamos que as relações sociais passam a se organizar sob forte influência da mídia, considerando sua pujança na sociedade.

Situar essa produção midiática relativa à pandemia é crucial para reafirmarmos as relações de poder social que a mídia pode exercer em relação à (des)informação. Principalmente considerando a celeridade da circulação de informações, acentuada no ambiente digital, a divulgação de pesquisas ainda não finalizadas, e até informações de caráter falacioso, exercem forte influência social na atualidade, ditando comportamentos, hábitos de prevenção e as relações cotidianas (ALVES; JUNIOR, 2020).

Nessa seara, é importante destacar o *ethos* de credibilidade de veículos de divulgação científica, situando a valorização da ciência e a defesa que tais mídias realizam dela, elementos esses que nos são caros neste trabalho. Outrossim, essas relações sociais também são evidenciadas nos diversos conteúdos midiáticos relacionados à pandemia, uma vez que representam os diversos imaginários presentes nestes contextos.

A disputa que se vê no ambiente digital, contudo, parece refletir uma contenda que se percebe fora dele⁸. Acontece que a altercação não é apenas sobre verdadeiro/falso (talvez pouco sobre isso). Poder-se-ia pensar nas motivações de cada sujeito na *web* a partir da influência dos imaginários discursivos que têm e a que correspondem, principalmente, cada um dos enunciados *fakes*. Segundo Charaudeau (2017, p.587), “o imaginário não é nem verdadeiro nem falso. Ele é uma proposição de visão do mundo que se baseia nos saberes que constroem os sistemas de pensamento, os quais podem se excluir ou se sobrepor uns aos outros”. Nos imaginários, ainda segundo o autor,

⁸ Ainda que as linhas sejam borradas e tênues e utilizemos tais construções, dentro/fora, apenas como forma de compreensão.

se constroem pontos de vista, acerca dos quais se devem analisar os saberes sobre os quais se apoiam através dos discursos que são produzidos no interior de cada comunidade emissora desse julgamento [...] os discursos e os tipos de saberes diferem de uma comunidade à outra, revelando ao mesmo tempo características identitárias dessas mesmas comunidades.

Tais noções podem dar outros contornos à ideia de *Fake News* segundo Juremir Machado da Silva (2019, p.34), ao afirmar que tal prática representa “publicar aquilo que alguém gostaria de ler ou de ver, mesmo sendo inverídico, com o desejo de que se torne verdade por repetição ou por ser a pista forçada de uma realidade encoberta”. Assim, quem mentiu na *web* sobre a Covid-19 fez não apenas pelo prazer de mentir ou por uma espécie de mitomania obscura, bem como quem compartilhou as mentiras não o fez apenas pelo boato hedonista, mas por um conjunto de motes que têm a ver também com representação identitária, com desejos, bem como com ausências.

No entanto, é preciso acrescentar que, num momento de crise – principalmente quando a saúde (a vida) está em risco –, é natural que as pessoas tenham sentimentos e impressões confusas, influenciadas no – e ciclicamente gerando mais o – medo. Some-se a isso o “sentimento de se estar sob a pressão de uma nuvem densa e opressora” (DA SILVA, 2019, p.18), amalgamada pela confluência desenfreada de informações diversas, em geral contraditórias, que vem de todas as partes, sobretudo do fluxo no ambiente digital. Nesse contexto, parece haver uma tendência das pessoas a seguirem as normas sociais, não necessariamente gerais, mas aquelas ligadas às comunidades emissoras (CHARAUDEAU, 2017) com as quais se identificam e repelir falas que provêm de grupos contrários/adversários. Nesse contexto, não se trata de acreditar em *Fake News*, mas de afiançar o que dá segurança ao sujeito, com base em sua vinculação social. A disputa discursiva, assim, por vezes evidencia manutenção de poder; validação e sustentação de posicionamentos ideológicos; busca de soluções práticas para um problema invisível (o vírus), do qual alguns até duvidam; fins econômicos; introdução de saberes de crença; entre outros, tais como a aplicação de golpes cibernéticos.

Nesse ínterim, invariavelmente, a verdade científica é categórica e, para um problema de saúde, é a solução e deveria ser ouvida. O que se quer expor, porém, é por que parece se dar o aferro aldrabão. Tal comportamento, ao encontrar disposição em contrário, gera uma guerra discursiva no ambiente *web*. Discursiva, porque discurso é

uma forma de ação, orientada a determinado propósito, estabelecida em um determinado contexto em que responde a uma fala precedente, pressupondo a existência de um outro ente ao qual se visa, por exemplo, persuadir (MAINGUENEAU, 2001). É o que, aparentemente, o discurso dos pesquisadores contra as *Fake News* visa alcançar.

Todavia, a disputa é mesmo árdua para os cientistas – uma vez que as *Fake News* são também efetivo discurso em fluxo. Estudo recente (MACHADO et. al., 2020, p.9) sobre a desinformação acerca do novo coronavírus no Youtube, demonstra, por exemplo, que no conjunto de vídeos analisados “existe forte rejeição a conteúdo científico [...] e as eventuais referências à ciência ocorrem de formas que distorcem a produção científica, focando arbitrariamente em pontos que os interessam e ignorando outros que os contradizem”. Além disso, “é comum, nessas redes, o uso enviesado de dados científicos para fomentar o entendimento do grupo”.

Vê-se, não só por esses dados, que no ambiente digital variadas assertivas são veiculadas com uma capa de plausibilidade científica, quando, em verdade, não passam de erros propagados como forma de sustentar um posicionamento que, como se viu, tem variadas motivações. Nos meandros da cibercultura, todo (o) mundo parece hoje ter condições de criar, divulgar, rearticular e corromper informações. Tal democratismo, porém, parece ir aos poucos criando uma espécie de nova matriz discursiva, um regime que semelha autorizar a todos a dizer impressões, que acabam sendo compradas como verdades, até sobre temas de grande responsabilidade, como a saúde.

Diante ao contexto, viralizar informações balizadas pela verdade científica parece ser uma necessidade. Mas onde estão os cientistas na grande rede? Entraram na disputa discursiva sobre a Covid-19 diversos atores, entre eles também pesquisadores que, no intuito ofertar orientações confiáveis à população, produziram materiais diversos, hospedados nas mais variadas ferramentas *web*. No entanto, estão tais personagens em menor número, pois há uma natural e heterogênea profusão de vozes no ciberespaço.

Essa possibilidade de diversificação e distribuição de conteúdos midiáticos para além de veículos tradicionais abriu espaço para que os próprios cientistas e especialistas criassem os próprios materiais, sem passar pelas camadas discursivas e jornalísticas de um material de divulgação científica. Especialmente nesse contexto, médicos, cientistas, biólogos, entre outros pesquisadores da área, publicizaram seus estudos, impressões e

recomendações diretamente em suas mídias sociais digitais para ampla divulgação, tornando-se, muitas vezes, as próprias fontes primárias de veículos jornalísticos, enquanto *experts* (LAGE, 2005), firmando uma nova forma de se comunicar. Tal iniciativa contribuiu sobremaneira para a divulgação científica – que será vista a seguir, principalmente no contexto da cibercultura, ampliando a diversidade de fontes diretas de informação científica, com conhecimento certificado.

Exemplos disso são o médico Dráuzio Varella e o microbiologista Atila Iamarino. Incentivados pela lógica da conectividade, as produções e interações, deles e de outros nomes, constituem uma espécie de “mediação cidadã” (ROBALINHO; BORGES; PÁDUA, 2020), uma vez que transitam entre o conhecimento científico e a mediação jornalística, ainda que seguindo a lógica comercial e de distribuição das redes nas quais se inserem esses vídeos.

Além do caráter informativo, é importante ressaltar que tais iniciativas também promovem uma autopromoção, a partir da consolidação do *ethos* científico e de credibilidade, expandindo suas audiências e alcance, melhorando sua reputação frente à opinião pública (JENKINS; GREEN; FORD, 2014). É nesse sentido de autorrepresentação discursiva que se instaura um novo ato de enunciação, enquanto porta-voz das próprias pesquisas sem, necessariamente, passar pela intermediação “tradutora” do jornalista, como prevê o jornalismo de divulgação científica (OLIVEIRA, 2007).

Nesse caso, ao abandonar o papel de fonte indireta de informação, por meio do jornalismo, passando a ter papel ativo na produção de conteúdo, esses *experts* passam, também, a serem reconhecidos como divulgadores de ciência, como também podemos perceber em nosso objeto de pesquisa. Robalinho, Borges e Pádua (2020, p. 28) acreditam, portanto, haver “um imbricamento maior entre lógicas e protocolos comuns às suas áreas com o jornalismo, criando uma via alternativa de mediação e escuta nas redes sociais”, principalmente nesse período pandêmico.

Nesse sentido, parece ser preciso que o cientista marque posição na *web* – e não estamos falando da publicação em periódicos, mas em redes sociais *online*, blogs, sites diversos e demais ferramentas de comunicação com o grande público –, não para flexionar ostensivamente um argumento de autoridade, mas para trazer o conhecimento científico à *ágora* digital. Invariavelmente, sabe-se que naturalmente o pesquisador

conforma em torno de si um *ethos* que advém de uma carreira por ele construída. E, no momento atual, ele deveria reivindicar essa imagem-credencial na grande rede e recordar que ele tem uma espécie de autorização para falar sobre a verdade científica. A comunidade científica, assim, de alguma maneira reclamaria e assinalaria seu papel e o do saber científico nas sendas da cibercultura, pois reterritorializaria um espaço discursivo que lhe é de direto como protagonista (CHARAUDEAU, 2017).

Divulgação científica

O que seria das grandes descobertas científicas se não fossem levadas ao público? É também por isso que os cientistas publicam seus achados e participam de eventos nos quais podem falar sobre suas análises. No entanto, o que em geral se vê junto aos pesquisadores é a primazia da comunicação científica, uma modalidade de “transferência de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações e que se destinam aos especialistas em determinadas áreas do conhecimento” (BUENO, 2010, p.2), em detrimento da divulgação científica.

Essa última, por sua vez, conforme Bueno (2009, p.162), se vale de variados “recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo”. Esses receptores em potencial estão por toda parte e, como se viu na seção anterior, povoando o ciberespaço. Destaca-se então a importância da divulgação científica, pois é ela que parece ofertar as melhores condições e ferramentas para que o cientista efetive seu espaço na *web*.

Retomando a diferença entre comunicação e divulgação científica, não é apenas o reconhecimento de que os destinatários dos atos comunicativos em destaque são diversos que determinam as diferenças entre as duas práticas. Conforme Bueno (2010, p.2-5) assinala, também influenciam os “níveis de discurso” (linguagem adaptada ao público), a “natureza dos canais” (linguagem adequada ao meio) utilizados para emissão dos enunciados e as variadas intenções em cada processo.

Segundo Charaudeau (2016, p.554), o procedimento da divulgação científica representaria assim “uma dessacralização do discurso científico, que é às vezes compensada por uma espécie de ética da popularização do saber científico”. Porém, esse

não parece ser um procedimento fácil para o cientista, uma vez que deve se despojar de uma série de elementos, que se configuram até como identitários para ele, para fazer a travessia a um outro universo de linguagem. Tal diligência geraria um “estado de espírito” peculiar e por vezes desconfortável no pesquisador (CHARAUDEAU, 2016, p.554).

Abrindo alguns parênteses aqui, Charaudeau (2016) fala ainda da variante do discurso de divulgação científica aplicada aos *media*, configurando, assim, o discurso de mediatização da ciência quando esta última, grosso modo, é utilizada, por exemplo, em reportagens dos mais variados veículos de imprensa. Acredita-se aqui que algumas das considerações de Charaudeau nesta senda podem se aplicar também a uma reflexão sobre a ação deliberada do cientista/pesquisador quando este se vale de uma ferramenta de comunicação web (um blog, um perfil em redes sociais on-line etc.) para empreender a divulgação científica, sobretudo diante ao cenário em análise.

Conforme esse autor, o contrato comunicativo dos *media* com seus destinatários prevê duas frentes: a informação e a captação. A primeira, vinculada ao discurso de mediatização da ciência, prevê fazer (o público) saber, mas, como em geral trata de fatos já estabelecidos (com pesquisas ora realizadas e conclusões obtidas), naturalmente é explicativa, valendo-se da perspectiva do discurso didático. O mesmo ocorre com o cientista/pesquisador em sua divulgação científica, conforme já se observou. Acontece, porém, que os veículos de comunicação de massa, por motivos econômicos, valem-se da dramatização das informações, propondo um regime de emocionalidade a elas, evocando por vezes efeitos afetivos para manutenção de sua audiência (CHARAUDEAU, 2016).

Essa última visada, mais patêmica (ligada à emoção), porém, não parece encantar os pesquisadores, sobretudo quando são os autores das pesquisas que devem divulgar. A conjecturável resistência de parte da comunidade acadêmica talvez cessasse ao se considerar que “o discurso de divulgação científica não substitui o discurso fonte esotérico, nem o traduz realmente. Ele o constrói por meio da espetacularização, ele o mostra, ele o exhibe sem nunca o apagar” (CHARAUDEAU, 2016, p.556). A materialidade de base, então, não é vulgarizada, tão somente o discurso que lhe explica o é para se palatável ao grande público. Ademais, quanto mais o enunciado se modaliza por efeitos que visem a captação, mais e melhor chamará a atenção de quem se visa

atingir. A informação, enfim, se torna, como Charaudeau (2013) prevê, mais enunciação do que enunciado. Todavia, numa disputa discursiva importa mesmo o fim visado; ou não?

Seguindo a reflexão para outras perspectivas, lembra-se aqui ainda que são variadas as recompensas ao se fazer divulgação científica, desde aquelas ligadas às finanças (recursos pessoais e para a própria pesquisa) até às de imagem (popularidade) que a exposição pública pode ofertar, como apontamos anteriormente. No entanto, acredita-se que um dos valores mais fortes atrelados ao desejo de compartilhar a Ciência com o grande público seja uma espécie de dever cívico, que geraria a sensação de contribuição social; uma “finalidade cidadã” (CHARAUDEAU, 2016, p.550).

Barbosa (2017, p.28) lembra que “a divulgação científica age considerando a importância de uma descoberta e as questões relativas ao exercício da cidadania”. Logo, o cumprimento da função essencial da divulgação científica é “democratizar o acesso ao conhecimento científico e estabelecer condições para a chamada alfabetização científica”, contribuindo “para incluir os cidadãos no debate sobre temas especializados e que podem impactar sua vida e seu trabalho” (BUENO, 2010, p.5).

Aproveitando o ensejo, é importante o destaque de Bueno (2010, p.8), o que, para nós, representa a função política da divulgação científica:

a alfabetização científica, que deve estar prevista na divulgação científica, não pode servir de instrumento para distanciar os que produzem C&T do cidadão comum. Ao contrário, precisa 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 democracia.

Nesse sentido, por que um cientista preferiria mais a comunicação científica em razão da divulgação científica? Não parece se tratar de uma precedência deliberada, senão apreendida na dinâmica acadêmica, consolidando uma prática natural do fazer científico⁹. Aliás, apresentar para os pares é uma forma também de validar os achados.

⁹ Ademais, conforme estudo de Luana Macieira Barbosa (2017, p.19), a noção que se adota aqui de comunicação científica teria começado em meados do século XV, enquanto que foi só “no início do século XIX que a divulgação científica passou a ser vista como instrumento responsável por aproximar a ciência do público leigo”.

Em suma, “é parte inerente da cultura do ato de pesquisar, é compromisso social de cada pesquisador com a comunidade científica e a sociedade” (COUTO, 2018, p.28).

O texto de Couto (2018, p.30), porém, destaca diversas dificuldades e desafios. Para ele, o pesquisador parece ficar enredado em um conjunto de tarefas ligadas à produtividade vinculada à comunicação científica. Não se trata então de preferência, mas do cumprimento de demandas que, contudo, trazem um resultado: “o ambiente acadêmico passa a ser cada vez mais competitivo, individualista e desonesto. A consequência é a intensificação da precarização do trabalho do pesquisador e o enfraquecimento do sentimento de pertença a um coletivo”. Assim, cremos que divulgar a Ciência com o propósito exclusivo de levar o saber científico ao grande público tornar-se-ia um ato de resistência, em prol da geração de conhecimento, bem como da defesa da própria comunidade, demonstrando, literalmente, a sua existência.

Para nós, quem se desdobra com seus comprometerimentos institucionais e arranja tempo para tal encargo – uma missão, para aqueles sem segundas intenções¹⁰ –, portaria uma consciência comunitária e possuiria, utilizando ideias de Jordan (2002), autor que trata da noção de ativismo, uma vontade solidária¹¹. Essa se materializaria em uma ação direta¹² que tem como beneficiária a sociedade como um todo¹³. Diante do cenário e das prerrogativas supra, ter-se-ia, assim, o ativismo científico.

Dentro do que se alcança aqui, esta ideia já fora apresentada por Gomes e Flores (2018, p.112). Em verdade, as autoras cunharam o termo “ativismo científico midiático”, como “ações de comunicação e divulgação de ciência praticadas por atores sociais pertencentes ao campo científico [...] nas mídias sociais”. Concorde-se e destacam-se aqui algumas noções, trazidas pelas autoras, na utilização do léxico ativismo. A primeira delas é a justificativa de uso do termo no que concerne à perspectiva da necessidade de um “engajamento ativo” e proativo dos cientistas

¹⁰ Ainda que o capital simbólico e o econômico advenham (naturalmente) da divulgação científica, eles não devem ser o mote do Midiativismo Científico e nem influenciá-lo diretamente.

¹¹ O “comportamento intencional, deliberado, pessoal e voluntário de sujeitos que estão imbuídos de valor altruísta e cômicos de uma alteridade compartilhada” (BRAIGHI; CÂMARA, 2018, p.36).

¹² Adaptando ideias de Jordan (2002), representa a possibilidade de “articulação das mais variadas ideias de intervenção, desde noções passivas de desobediência civil até ações mais ativas, em alguns casos, inclusive, agressivas”, tais como a utilização de uma mídia para um determinado fim ativista (BRAIGHI; CÂMARA, 2018, p.36).

¹³ Em apropriação nossa da noção de ativismo, enquanto algo que visa o bem comum e não desejos de grupos em desacordo com uma perspectiva global e humanitária.

divulgadores ao empreenderem suas ações de forma desobrigada e não vinculadas às instituições das quais fazem parte.

Além disso, as pesquisadoras sinalizam o aspecto ligado à presença do cientista no ciberespaço; importância aqui já mencionada. Para elas, os canais utilizados pelos ativistas da Ciência

ampliam os regimes de se fazer visível. Antes de ser um espaço de visibilidade restrito e desigual, em que poucos cientistas têm acesso – como acontecia com a lógica midiática – vemos que os blogs abrem espaço para que muitos sujeitos da comunidade científica se tornem visíveis, independente do seu status no campo científico (GOMES; FLORES, 2018, p.113).

Inferimos nessa citação a ideia de formação e fortalecimento de redes de comunicação entre os cientistas, o que reforça uma preocupação também anteriormente mencionada neste texto. Mas ainda haveria mais perspectivas para o ativismo científico.

Em outro estudo das autoras, elas apresentam uma categorização dos blogs escritos por pesquisadores. Gomes e Flores (2016, p.5) definem duas categorias comportamentais para os cientistas blogueiros: divulgadores (não são o centro do enunciado) e protagonistas. As subcategorias vinculadas evidenciam atos comunicativos distintos. Enquanto os primeiros podem simplesmente apresentar resultados de pesquisas científicas e informações variadas e gerais sobre o mundo da Ciência, os outros se subdividem entre os que buscam em suas postagens: a visibilidade (individual ou dos grupos aos quais pertencem); a crítica (ao “sistema científico, educativo ou às pesquisas”); e a reflexão – ora ligada ao dia a dia da prática acadêmico-científica, ora a assuntos não científicos.

A categorização de Gomes e Flores (2016) foi colocada à prova em ampla análise e todas as categorias vinculadas aos pesquisadores foram vistas mais ou menos vezes nos resultados. Independente dos dados, se pode extrair ainda, a partir do cruzamento com as abordagens até aqui evidenciadas, que algumas frentes são ou deveriam ser sempre vislumbradas pelo ativismo dos cientistas.

Enquanto a geração de conhecimento e a propagação de informações parecem evidentes, tem-se ainda: a marcação de presença no ciberespaço, seja com a tarefa de divulgação científica, quer seja com estratégias de visibilidade do eu-pesquisador e dos

seus grupos de pesquisa; a resistência intelectual e política que se evidencia na posição opinativa do cientista, quer seja sobre Ciência ou outros temas contemporâneos; e a defesa da comunidade científica – logo da própria Ciência –, por exemplo, no trabalho de “agenda/mural” (GOMES; FLORES, 2016, p.5) sobre o universo acadêmico e seus personagens.

Midiativismo Científico

A partir das apropriações conceituais, propomos aqui alinhar o termo Midiativismo Científico, pensando na intersecção da divulgação científica com a ação midiativista. O produto desta equação é a realização de ações midiáticas diretas¹⁴ e intencionadas, promovidas por sujeitos portadores de vontade solidária que veem sua capacidade de intervenção social, antes localizada, sendo potencializada por meio da mídia da qual se valem, a partir de cinco características principais: a investida deve gerar **conhecimento**, espalhar **informação**, marcar **presença**, empreender **resistência** e estabelecer estruturas de **defesa** (BRAIGHI; CÂMARA, 2018).

Aprofundando sobre tais características e já sinalizando uma proposta metodológica de análise do Especial Covid-19 dos Blogs de Ciência da Unicamp, ter-se-ia:

- I. **Conhecimento:** Ainda que não pareça ser papel e objetivo principais da prática midiativista tradicional gerar conhecimento, acredita-se que, com a divulgação de pontos de vista de pesquisadores, balizados pela verdade científica, a sociedade tenham mais condições de gerar conhecimento. Para tanto, baseado em uma lógica freireana de construção do saber a partir das experiências e troca dialógica, o Midiativismo Científico deve se portar como uma fonte alternativa de informações, auxiliando na reflexão crítica. É nessa seara que se encontra a divulgação científica como principal campo disseminador do que é produzido no ambiente acadêmico. Nesse sentido, é preciso avaliar se as postagens do Especial Covid-19 dos Blog's de

¹⁴ E no recorte deste artigo, valendo-se da *web*, poderíamos falar, mais especificamente, em Midiativismo Científico *online*.

Ciência da Unicamp se configuram na problematização, com uma linguagem acessível, prezando pela desalienação (FREIRE, 1987).

- II. **Informação:** Ter uma informação na rede não significa, necessariamente, a efetiva geração do conhecimento. No entanto, quando um pesquisador/cientista lança à *web* informações, contribui para a formação de um arcabouço de dados confiáveis. O que está em jogo aqui também não necessariamente é a profusão de novidades sobre um determinado assunto, mas a solidificação de determinados pontos de vista que, ratificado por pares científicos, alarga e ganha aos poucos a possibilidade de se irradiar, espriar a verdade. Nesse sentido, em um método de análise, aqui se observaria se os dados são atuais, sua extensão, quantidade, frequência, entre outros aspectos conteudistas;
- III. **Presença:** Considerando as coberturas midiáticas e o ativismo pela mídia, uma das características do midiativismo tradicional é estar e se mostrar presente, por exemplo, em manifestações que retrata. Adaptando o conceito de presença, considerando a noção de Midiativismo Científico, produzir material informativo de divulgação científica em plataformas inseridas no contexto acadêmico é uma forma de se inserir e se demarcar naquele debate, tomando para a comunidade científica a importância e relevância de estudos na área e a consequente divulgação. Dessa forma, o pesquisador se posiciona, mostrando-se presente na discussão que objetiva fazer, como observaremos na análise;
- IV. **Resistência:** Esta talvez seja a frente mais delimitada atualmente no midiativismo, já que os midiativistas ressaltam que os conteúdos que eles produzem são formas de se portar como resistência frente aos impeditivos políticos. Em análise: tal característica pode ser observada também no Especial Covid-19 dos Blogs de Ciência da Unicamp? Há um posicionamento e/ou discurso de questionamento político, demarcando-se como resistência intelectual e científica? Há o protagonismo crítico dos pesquisadores? (GOMES; FLORES, 2016).
- V. **Defesa.** O midiativismo é, além da ação combativa, também uma forma de promover estruturas que possam servir de defesa, não só ideológica e política, mas também social e midiática. Social, pois, a partir de produtos midiativistas no ciberespaço, por exemplo, é possível formar redes de apoio em torno daquela causa, unindo sujeitos que se identificam com tais representações discursivas. Já a defesa

midiática ocorre na medida em que o midiativista está resguardado na narrativa que empenha, com a possibilidade de usá-la como prova e argumento no caso de ataque, a partir da utilização da mídia com a funcionalidade arquivística. Nesse sentido, aplicado ao momento atual, entende-se o sentido de coletividade ao qual o Midiativismo está atrelado, valorizando esses conteúdos e divulgações como uma forma de se defender não só contra o novo coronavírus, mas também das inúmeras informações falsas que circundam no contexto atual.

Não nos esqueçamos, por fim e empreendendo qualquer relação com o objeto de estudo a partir das reflexões de Charaudeau (2016) impressas anteriormente: o público que acredita em *Fake News*, sobretudo aquele que vê satisfeita sua ideologia, não precisaria que a verdade fosse mais dramatizada, no mínimo adequada a algum imaginário por ele comungado, para que haja algum tipo de captação para além da informação? A questão é: numa guerra discursiva, à qual se faz necessária a emergência não apenas da Ciência, mas do que iremos chamar aqui de Midiativismo Científico, as instruções parecem ser outras, para além da simples divulgação científica. A respeito da identidade do público, se se está numa guerra discursiva e se objetiva persuadi-lo, a favor da Ciência e não de um posicionamento ideológico, é preciso que se encontrem métricas para afetá-lo, tocá-lo. Assim, a identidade do público não deve ser considerada apenas na condição de leigo ou de consumidor de conteúdo na web, o que determina como a mensagem deve ser customizada, mas também qual é o universo simbólico ao qual pertence. Senão, corre-se o risco de sempre se falar para o mesmo grupo (e até de si para si mesmo). A finalidade e o propósito da comunicação, dessa forma, também devem ser revisados nessas situações. Nesse contexto, o Midiativismo Científico, mais do que do divulgador científico, depende sim do conteúdo e das formas que o pesquisador implementa em suas postagens. É preciso que a postagem traga informação e gere conhecimento, o que é premissa da divulgação científica, mas que ela também se conforme em parâmetros enunciativos que afetem o público.

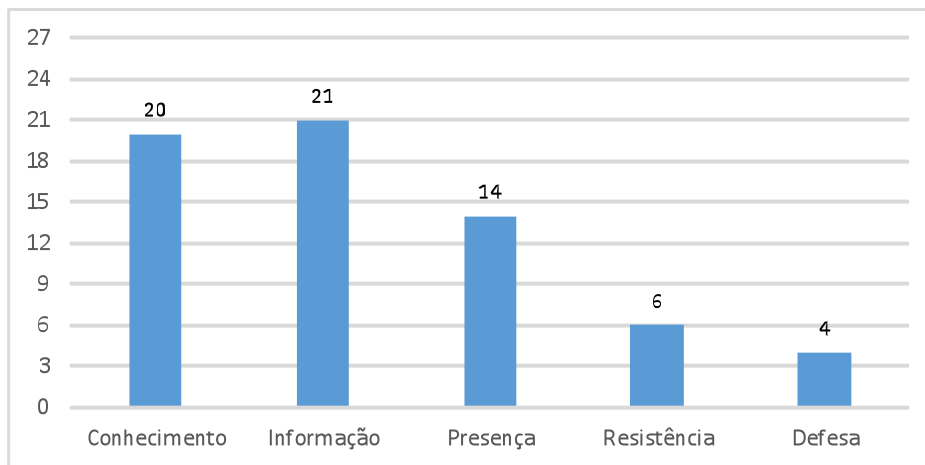
Baseados nessas categorias e reflexões, guiaremos nossas análises apresentadas a seguir.

Análise

revista *Linguagem*, São Carlos, v.40, Número temático. Covid-19: uma pandemia sob o olhar das ciências da linguagem, 2021, p. 146-175. ISSN: 1983-6988.

Como apontamos anteriormente, o Especial aqui observado é dividido em categorias. Para nossa análise, temos como primeiro recorte a observação daquela que apresenta mais conteúdo (*posts*), por entendermos que tal dado indica maior relevância e destaque por parte dos autores: “Conhecimento Científico para entender a pandemia”. Lemos e analisamos todas as postagens inseridas nessa categoria a fim de identificar a presença das características de Midiativismo Científico apresentadas anteriormente. Dos 27 textos, apenas dois apresentam todas as características. As mais recorrentes são Informação (21) e Conhecimento (20) e as menos comuns são Resistência (6) e Defesa (4)¹⁵.

Figura 1. Gráfico de características x postagens



Fonte: Elaborado pelos autores

Como segundo recorte, optamos por analisar uma postagem que acreditamos melhor delimitar e aprofundar todas as características do Midiativismo Científico. A escolhida foi a intitulada “Conheça algumas divulgadoras científicas brasileiras que estão produzindo conteúdo de qualidade durante a pandemia do novo coronavírus”, escrita por Gabriela Mendes¹⁶.

O texto se apresenta como o primeiro de um ciclo temático sobre epidemias, destacando a importância da divulgação científica como um todo e especificamente

¹⁵ Tais índices poderiam ser explicados devido à categoria/temática a qual esses *posts* estão enquadrados no Especial.

¹⁶ Disponível em: www.blogs.unicamp.br/covid-19/conheca-algumas-divulgadoras-cientificas-brasileiras-que-estao-produzindo-conteudo-de-qualidade-durante-a-pandemia-do-novo-coronavirus/

sobre o momento corrente da pandemia. A autora aborda a maior colaboração entre comunicadores de Ciência no Brasil, que mostram como ela é feita, apontando os benefícios à sociedade, em uma busca da valorização do trabalho de divulgadores do gênero.

O enquadramento temático (PORTO, 2004) para o recorte do texto em questão já indica a abordagem de características midiativistas às quais o material se propõe a fazer. Ao fazer o recorte por gênero em um texto escrito por uma mulher, abre-se a interpretação de um posicionamento crítico em relação à produção de conteúdos de divulgação científica enquanto espaços de resistência dentro da classe. É nesse sentido que o texto caminha, ressaltando a valorização do trabalho da mulher e a demarcação delas enquanto cientistas e pesquisadoras.

De forma resumida, o texto apresenta três canais de divulgação científica na internet. Em comum, Mendes conta a história de criação e consolidação dos veículos enquanto referências da divulgação científica, baseando-se nos dados quantitativos de navegação e número de inscritos, além de ressaltar a formação acadêmica das pesquisadoras, as plataformas e redes de conexão às quais estão vinculadas e a linguagem acessível que produzem os conteúdos como principal característica da divulgação científica.

Os aspectos apontados anteriormente são reforçados pelo *ethos* científico e de autoridade (CHARAUDEAU, 2015) ao qual o texto recorre para demonstrar a qualidade dos conteúdos produzidos pelos canais em questão, seja a partir da indicação da formação acadêmica das cientistas em renomadas universidades brasileiras e estrangeiras ou em reutilizações dos materiais por especialistas reconhecidos na área que despontam como referência em relação às informações sobre o novo coronavírus. A outra estratégia também apontada é o número de seguidores e inscritos nesses canais nas diversas plataformas de divulgação, funcionando como *ethos* de credibilidade, balizadas em números que guiam os algoritmos no ambiente *online*, ranqueamento em sites de busca e outras ações da/cultura digital. Tal recorte é importante ser observado devido à valorização do ambiente no qual o material se insere, ressaltando suas especificidades e destacando-se em um ambiente tão diverso de possibilidades de produção e divulgação de conteúdos como o ciberespaço enquanto lugar para a prática da divulgação científica.

Nessa esteira, é importante observar como as características intrínsecas ao digital contribuem para a maior disseminação e divulgação das informações e dos produtos de divulgação científica, a partir da adequação da linguagem, visando atingir um público cada vez maior e plural, e as redes de conexão que se formam e são possibilitadas graças à rede digital, com a colaboração entre esses e outros canais de divulgação científica. É nesse sentido que se insere a característica “**Defesa**”, na classificação do conteúdo estudado como uma possível prática midiativista científica, que pode ser observado nos seguintes trechos:

- I) “Um aspecto muito importante sobre a atuação dos cientistas durante a pandemia [...] é a **colaboração entre eles** para que as informações corretas sobre o momento atual cheguem até mais pessoas. E um ótimo exemplo disso é a **colaboração que a Tabata do Dragões tem feito em lives no YouTube com a Laura do Nunca vi 1 cientista para responder algumas perguntas frequentes em relação ao novo coronavírus e à COVID-19, e com a Mila e a Vivi do Canal Peixe Babel sobre gráficos, estatísticas e o novo coronavírus**. Tabata destaca os benefícios da **colaboração entre mulheres na divulgação científica**: “A Mila, a Vivi, a Laura e tantas outras, além de serem inspirações, **nos tornamos suportes umas para as outras nesse mundo difícil de mulher fazendo ciência e divulgação.**”
- II) “Por **sermos uma página de divulgação científica** que celebra e difunde a contribuição das mulheres nas diversas áreas da ciência, eu trago neste texto o trabalho de algumas mulheres [...] esclarecendo dúvidas e **nos ajudando** a interpretar dados e informações disponíveis sobre o novo coronavírus e a COVID-19.”

O trecho I destaca a rede de conexão entre as pesquisadoras citadas, enquanto uma possibilidade do ambiente digital e como criação de uma rede de apoio e defesa entre as pessoas que trabalham com a divulgação científica. A autora assinala a participação em *lives* e a colaboração em outros conteúdos, facilitada pela interação *online*, além de demarcar a “colaboração entre as mulheres”. Ao fim desse trecho, a rede de defesa se torna mais delimitada ao se posicionarem como “suportes umas para

as outras nesse mundo difícil de mulher fazendo ciência e divulgação”, o que também indica o papel de resistência que abordaremos à frente.

Ainda que de forma sutil, o trecho II pode ser considerado como um papel de defesa ao se inserir na rede de divulgadores científicos encontrados na internet e de apoio à disseminação de informações sobre o coronavírus. Além disso, outra característica midiativista encontrada no trecho é “**Presença**”, já que a autora do *post* se porta como produtora de conteúdo em uma página de divulgação científica. Essa frente também pode ser encontrada no seguinte trecho, que encerra a postagem:

- III) “Ao acompanhar o trabalho que essas cientistas e divulgadoras têm feito na internet, percebemos que o **objetivo em comum** entre todas elas é a vontade de **falar sobre ciência de forma acessível, didática e descontraída**, a fim de levar a ciência onde as pessoas estão – nas diversas redes sociais – e de **aproximar a população do que fazemos nos laboratórios das universidades públicas e de outras instituições de pesquisa**. Assim, aproveito a chance de novamente parabenizar a Mila Laranjeira, a Vivi Mota, a Laura de Freitas, a Ana Bonassa, e a Tabata Bohlen pelo excelente trabalho de divulgar e comunicar ciência de forma tão didática e trazer informação de qualidade de maneira acessível à população. Agradeço imensamente a atenção e contribuição de vocês para a construção deste texto!”
- IV) “Para dar início ao nosso ciclo temático sobre Epidemias, decidi escrever sobre a importância da divulgação científica especificamente durante a pandemia do novo coronavírus (SARS-CoV-2, do inglês Severe acute respiratory syndrome coronavirus 2).”

Em III, podemos observar o sentido de pertencimento às redes digitais, enquanto consumidora e produtora de conteúdos de divulgação científica. Também observamos uma espécie de “metadivulgação científica”, na medida em que um texto de divulgação científica, hospedado em um blog sob essa temática, retrata outros materiais produzidos sob o mesmo assunto, como uma divulgação sobre a divulgação científica, buscando a valorização do trabalho próprio e alheio, também observado em IV.

Destaque, aqui, para os verbos em primeira pessoa (em II, III e IV) como uma estratégia discursiva de se colocar como parte do contexto do qual busca analisar e

referenciar. Discursivamente, tal estratégia é abordada pela gestão de pontos de vista, aspecto teórico-metodológico que indica como o uso lexical denota o enquadramento e aponta os posicionamentos defendidos pelo produtor do discurso que veicula (KOCH; CORTEZ, 2015). Dessa forma, ao utilizar esses verbos na primeira pessoa, a autora se coloca como parte da sociedade que recebe os conteúdos produzidos pelas divulgadoras ali retratadas, além de se posicionar como pesquisadora universitária, como destacado nos trechos. A valorização do trabalho de divulgação científica denota a importância da premissa de difusão do **conhecimento** científico ao grande público, tema esse que nomeia a categoria na qual o texto se enquadra e que podemos perceber também nos trechos que seguem:

- V) “Além disso, no canal do YouTube elas têm trazido **conteúdo sobre estudos envolvendo tratamentos e vacinas para a COVID-19 com embasamento científico, além de esclarecer reportagens que citam cloroquina e hidroxiclороquina** como um tratamento definitivo para a doença [...]. Por isso, elas afirmam que “é fundamental sempre **preferir os jornais que consultam especialistas ou até mesmo os canais de cientistas especialistas.**”
- VI) [...] “o principal objetivo nesse momento é **conscientizar o brasileiro** de que é um momento delicado, precisamos pensar com muita calma e muito carinho sobre cada uma de nossas atitudes. O **acompanhamento dos dados** acaba ajudando no diálogo.”

No trecho V, em que se apontam os conteúdos abordados por um dos canais apresentados, explicita-se o objetivo principal da divulgação científica e se porta como um canal transmissor de conhecimento científico. Importante frisar que essa característica está presente, explícita ou implicitamente, em todo o texto e nas outras postagens do Especial, haja vista a categoria na qual ela se enquadra (Conhecimento Científico) e o objetivo principal do Blog e da divulgação científica como um todo de transmitir conhecimento a partir de uma linguagem mais simples ou, como indica o próprio texto, “conscientizar a população”.

O trecho também ressalta a importância de se basear em opiniões e estudos de especialistas no assunto, cientistas que pesquisam o tema, para que seja possível formar conhecimentos embasados na matéria. Tal conscientização é peça-chave no trecho VI,

em que também se destaca o acompanhamento dos dados e outras informações, que o aproxima do critério de **Informação**, que também está presente nos seguintes excertos:

- VII) “De forma mais específica, os dados analisados por Vivi e Mila se referem principalmente ao Brasil e incluem **número de casos, óbitos, leitos de UTI, e letalidade.**”
- VIII) “desde o começo da pandemia de COVID-19 no Brasil, elas têm focado em **desmistificar notícias falsas** como a “prevenção” da doença por erva doce, receitas caseiras de álcool gel, cloroquina na água tônica como “tratamento”, entre outras.”

Os trechos acima destacam as atualizações das informações acerca da pandemia e do trabalho de divulgação científica feito pelos canais retratados. Importante destacar que, nesses casos, as atualizações de informações não só diretas, comum ao jornalismo tradicional, mas de cunho científico, caracterizam essa frente midiativista. Outro aspecto é o lugar combativo contra *Fake News* como um dos papéis de informação no que chamamos de Midiativismo Científico, como destacado no trecho VIII. Esse fator também se alinha à característica de **Resistência**, uma das frentes principais do Midiativismo, adaptado para esse estudo como veremos:

- IX) “Entretanto, algumas páginas de divulgação científica chegaram a **sofrer ataques** nas redes sociais por seguirem as recomendações da OMS ao falarem sobre o novo coronavírus (como mostra a reportagem da Folha de São Paulo publicada em 7 de abril).”
- X) “Como as duas divulgadoras científicas têm interesse na área de tecnologia e são duas **mulheres LGBTQ+**, Mila e Vivi usam o espaço do canal “para lembrar que **tecnologia deve ser feita por todos e para todos.**”

O trecho IX também apresenta características da frente apresentada anteriormente, Informação, uma vez que retrata casos do ambiente *online* em decorrência de publicações em um veículo de informação. Os ataques que as páginas sofreram, denunciados nesse trecho, podem figurar como uma forma de resistência ao se posicionarem sobre a importância de se continuar fazendo esse trabalho e da relevância da divulgação científica para a conscientização da sociedade e os aspectos sociais que circundam tal trabalho.

Por fim, a partir do recorte de enquadramento dado ao longo do texto e das mulheres retratadas nele, a autora destaca a relação de gênero e de orientação sexual das cientistas (trecho X). Tal representação se porta como um aspecto de resistência na medida em que se escolhe a utilização lexical enquanto posicionamento sociopolítico e a demarcação indicada na última frase destacada, na importância da pluralidade do fazer científico. Nesse trecho, a autora assume o papel combativo e representativo da escolha do recorte para a construção do texto, característica bastante comum em outros materiais midiativistas para além do campo científico.

A partir desses dez trechos selecionados para análise, conseguimos perceber que as características midiativistas não são estáticas e podem ocorrer de diversas formas e amplitudes, a depender do objeto com o qual estamos lidando e a forma, intensa ou moderada, que se instala. Embora separadas por temas para melhor ilustrar nossa análise, notamos que determinados trechos mesclam frentes midiativistas (científicas). Essa é uma característica não só desse texto, mas de outros da plataforma e de demais conteúdos midiativistas em linhas gerais. Por ser um texto mais pessoal, inserido em um *blog*, carregado de características da cibercultura, a subjetividade desse produto deve ser levada em conta, partindo do pressuposto da pluralidade de objetivos e representações que um mesmo texto, verbal ou imagético, pode carregar – além de seus variados consequentes sentidos.

Considerações finais

Então, afinal, o Especial Covid-19 dos Blog's de Ciência da Unicamp é midiativista (da Ciência) ou não? A resposta mais apropriada seria: em parte. Ainda que a matéria supra-analisada sirva como (um) arquétipo, ela é uma exceção que nos ajuda a compreender o modelo – ainda em construção.

O Especial aqui analisado atende a uma demanda de combate à desinformação, agrega pesquisadores em torno de um importante trabalho cooperativo sem (aparentes) segundas intenções e, como um todo (ainda que poucas postagens atendam a todas as características), espalha **informação**, tem capacidade para gerar **conhecimento** e é um

valeroso instrumento de **presença e defesa**, uma vez que destaca os cientistas e o coloca em rede (interna e externamente). Não obstante, também de modo geral, é tímido na **resistência**; isso se dá, semelha-se, em função de uma lógica ainda um tanto contaminada pela comunicação científica e, ainda que destacando o posto do pesquisador, com uma voz institucional (da Unicamp) marcadamente presente, atuando como reguladora (in)direta. Assim, o objeto de estudo parece atingir uma determinada camada do Midiativismo Científico, mas não o exercer plenamente.

Tal reflexão leva a asseverar que o midiativismo teria as suas bordas e uma ação não deveria ser descartada desse universo complexo quando tem como norte a positiva mudança social: a contribuição para o progresso comum. Confessamos, porém, a circunscrição analítica que nosso *corpus* apresenta para o propósito de delimitação conceitual, reconhecendo ainda os espaços diminutos de um artigo. Assim, ressaltamos a necessidade de nos debruçarmos sobre outros materiais que apresentem essas e outras características do aqui denominado Midiativismo Científico, bem como do imperativo de avançar na terminologia.

Ainda assim, como se tentou demonstrar, o Midiativismo Científico é o pós-final da construção do conhecimento científico. São as reticências, que não apenas espalham informação para gerar conhecimento, mas que trazem o questionamento e a reflexão. O desafio para esta prática na *web*, todavia, é enorme; os materiais ali presentes estão em constantes atualizações, como permite a fluidez característica da cibercultura. Ao mesmo tempo, as novidades e interações potencializam a possibilidade de uma construção dialógica do conhecimento em uma perspectiva freireana. Assim, ratificamos que a divulgação científica deve se fazer presente no ambiente digital. Não obstante, destacamos a necessidade de que essa seja cada vez mais discursiva, compreendendo as nuances cambiáveis da linguagem *web*, adaptando-se aos tempos e às demandas e assumindo um compromisso ativo, diríamos ativista (combativo mesmo), com a Ciência.

REFERÊNCIAS

ALVES, W.; PERNISA JÚNIOR, C. Comunicação, circulação e velocidade: o tempo da informação na mídia e da ciência. **Comunicação & Inovação**, v.21, n. 47. São Caetano do Sul: 2020, p.07-21.

ASSIS, É. G. **Táticas lúdico-midiáticas no ativismo político contemporâneo**. 2006. 284f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Unisinos. São Leopoldo. 2006.

BARBOSA, L. M. **Do pesquisador ao cidadão: o jornalismo científico como processo de recontextualização**. Dissertação de Mestrado. Programa de Pós-Graduação em Estudos de Linguagens – CEFET-MG. Belo Horizonte. 2017.

BRAIGHI, A. A.; CÂMARA, M. T. O que é Midiativismo? Uma proposta conceitual. In: BRAIGHI, A. A.; LESSA, C.; CÂMARA, M. T. (orgs.). **Interfaces do Midiativismo: do conceito à prática**. Belo Horizonte: CEFET-MG, 2018.

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas. In: **Inf. Inf.**, Londrina, v.15, n. Esp, 2010.

BUENO, W. C. Jornalismo científico: revisitando o conceito. In: VICTOR, C.; CALDAS, G.; BORTOLIERO, S. (Org.). **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: All Print, 2009.

CASTELLS, M. **Redes de Indignação esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CHARAUDEAU, P. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2015.

CHARAUDEAU, P. Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor. In: **Entrepalavras**. Traduzido por André L. Silva e Rafael M. Angrisano. Fortaleza, v. 7, jan./jun. 2017.

CHARAUDEAU, P. Sobre o discurso científico e sua midiaticização. In: **Calidoscópio**. V14, n.3, set/dez 2016.

COUTO, E. S. O pesquisador na cibercultura: nas tramas da rede, entre autorias coletivas e inovações científicas. In: PORTO, C.; OLIVEIRA, K. E.; ROSA, F. (orgs.). **Produção e difusão de ciência na cibercultura: narrativas em múltiplos olhares**. Ilhéus: Editus, 2018.

DA SILVA, J. M. Fake News, a novidade das velhas falsificações. In: FIGUERA, J.; SANTOS, S. **As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade**. Universidade de Coimbra: Coimbra, 2019.

FREIRE, P. **Pedagogia do oprimido**. 17. ed. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987.

GOMES, I.; FLORES, N. A divulgação científica nas mãos do pesquisador. In: PORTO, C.; OLIVEIRA, K. E.; ROSA, F. (orgs.). **Produção e difusão de ciência na cibercultura: narrativas em múltiplos olhares**. Ilhéus: Editus, 2018.

GOMES, I.; FLORES, N. Categorização de blogs escritos por cientistas: uma proposta. In: **Revista Famecos**. Porto Alegre, v.23, n.2, mai-ago 2016.

HJARVARD, S. Mídia e cultura: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. São Paulo: USP. **Matrizes** — Revista do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo, v. 5, n. 2, p. 53-91, jan./jun. 2012.

JENKINS, H.; FORD, S.; GREEN, J. **Spreadable media**: creating value and meaning in a networked culture. Nova York, Londres: New York University Press, 2014.

JORDAN, Tim. **Activism!** Direct action, hacktivism and the future of society. London: Reaktion Books, 2002.

KOCH, I. G.; CORTEZ, S. L.. A construção heterodialógica dos objetos de discurso por formas nominais referenciais. **ReVEL**, vol. 13, n. 25, 2015

LAGE, N. **A reportagem**: teoria e técnica de entrevistas e pesquisa jornalística. Rio de Janeiro: Record, 2005.

MACHADO, C.; DOURADO, D.; SANTOS, J. G.; SANTOS, N. **Ciência contaminada**: analisando o contágio de desinformação sobre Coronavírus via Youtube. Relatório. P.1 Democracia Infectada. INCT.DD, LAUT, CEPEDISA, mai 2020.

MACIEL, D. E. F. **Midiativismo: entre a democratização e a assimilação capitalista**. 2012. 158 f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – ECA-USP, São Paulo, 2012.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

MATTONI, A. Media activism. **The Wiley-Blackwell encyclopedia of social and political movements**. Nova Jersey: Blackwell Publishing, 2013.

OLIVEIRA, F. de. **Jornalismo científico**. 2. ed., São Paulo: Contexto, 2007.

PORTO, M. P. Enquadramento da mídia e política. In: RUBIM, A. A. (Org.) **Comunicação e política**: conceitos e abordagens. São Paulo: EDUFBA, 2004.

ROBALINHO, M.; BORGES, S.; PÁDUA, A. Dráuzio Varella e Atila Iamarino: uma análise dos canais do YouTube dos influenciadores digitais como fontes de informação na pandemia da Covid-19. **Comunicação & Inovação**, v.21, n. 47. São Caetano do Sul: 2020, p. 22-38.

Submetido em: 20/11/2020.

Aprovado em: 27/01/2021.

Como referenciar este artigo:

CÂMARA, Marco Túlio; BRAIGHI, Antônio Augusto. Midiativismo Científico contra a COVID-19: Uma reflexão a partir da análise dos Blogs de Ciência da Unicamp. **revista Linguasagem**, São Carlos, v.40, Número temático. Covid-19: uma pandemia sob o olhar das ciências da linguagem, 2021. p. 146-175.