



A PLATAFORMIZAÇÃO DO CONTEÚDO CIENTÍFICO: ANÁLISE DO PORTAL DRAUZIO VARELLA NO TIKTOK

Gabriela Martin¹

Carolina Terra²

RESUMO: A divulgação científica torna o conhecimento acessível ao público leigo, promovendo a democratização da ciência e graças às plataformas digitais, ampliando seu alcance a diferentes faixas etárias. Este artigo investiga a disseminação de informações científicas na internet, com foco nas informações relativas à área de Saúde. Analisa o papel das plataformas digitais e a atuação de Drauzio Varella como influenciador, destacando sua adaptação de conteúdo para diferentes audiências. Conclui-se que a adaptação de conteúdos científicos para plataformas digitais amplia o alcance e a compreensão pública, reforçando a importância da comunicação científica acessível.

PALAVRAS-CHAVE: *TikTok. Divulgação Científica. Redes Sociais. Plataformização.*

ABSTRACT: Scientific dissemination makes knowledge accessible to the general public, promoting the democratization of science. With the rise of digital platforms, its reach extends to diverse age groups. This article examines the dissemination of scientific information on the internet, with a focus on the Health field. It analyzes the role of digital platforms and the contributions of Drauzio Varella as an influencer, highlighting his strategies for adapting content to different audiences. The findings indicate that adapting scientific content for digital platforms enhances its reach and public understanding, underscoring the importance of accessible scientific content.

KEYWORDS: *TikTok. Scientific Dissemination. Social Media. Platformization.*

¹ Mestranda em Comunicação pela ECA USP e Bacharela em Relações Públicas pelo Centro Universitário FECAP. E-mail: martingabriela@usp.br

² Pesquisadora e professora pela ECA USP e líder do Grupo de Pesquisa Influcom. E-mail: carolterra@usp.br

INTRODUÇÃO

A divulgação científica desempenha um papel fundamental na comunicação do conhecimento científico de maneira acessível e compreensível para a população não especializada. França (2015), defende uma comunicação científica acessível, ampliando a compreensão pública sobre diversos temas científicos, transformando informações complexas em conteúdo de interesse e compreensão geral.

Este artigo aborda a divulgação científica com foco nas Ciências Biológicas, especialmente na área da Saúde, analisando a acessibilidade e o compartilhamento de informações. Em um contexto mais específico, este estudo explora a divulgação científica na internet, onde a comunicação científica tem se expandido significativamente, aumentando sua visibilidade fora da comunidade científica tradicional (VALÉRIO, 2012, apud FRANÇA, 2015, p.46). A análise recai sobre o uso das plataformas digitais para a disseminação do conhecimento científico, com foco na figura de Drauzio Varella, um influenciador digital e divulgador científica.

A escolha de Drauzio Varella como objeto de estudo se dá por sua trajetória profissional e presença multiplataformas, adaptando seu discurso e conteúdo para diferentes audiências. Este artigo busca compreender como a adaptação do conteúdo científico nas plataformas digitais pode democratizar o acesso ao conhecimento e ampliar a compreensão pública sobre temas de saúde.

IDENTIFICANDO UM CONTEÚDO DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

De acordo com José Reis (*apud* FRANÇA, 2015, p.18), a divulgação científica é um método de veiculação da ciência de maneira a tornar acessível um conteúdo da comunidade científica para a comunidade não-científica, ou leiga. Podemos também trazer o fator de deixar uma comunicação, que até então seria acessada apenas por uma parcela da sociedade, entendível e de interesse público, sendo possível a digestão desse conteúdo por uma pessoa não especialista ou estudiosa do determinado assunto.

A autora ainda traz diversos significados de divulgação científica e os enumera de maneira a chegar à um significado:

Para Bueno (2010, p. 5) a divulgação científica contribui com a inclusão do debate sobre temas especializados e de impacto na vida do indivíduo, buscando permitir que pessoas leigas assimilem novas descobertas e o progresso científico, compreendendo o mundo em que vivem. Silva (2006, p. 53-4) a relaciona à forma como o conhecimento científico é produzido, formulado e circula em sociedade. Valerio (2012, p. 154), por sua vez, a define como a divulgação direcionada ao público que não é especializado, porém, receptor de informação. Para Porto (2009 p. 159), a divulgação científica é um meio de democratizar o conhecimento sobre ciência, levando fatos científicos, pressupostos sedimentados na investigação do fato e na produção do conhecimento acerca deste, ao público em geral. (FRANÇA, 2015, p. 18-19).

Em diante, trabalharemos em cima de um contexto em que divulgação científica trata de assuntos de interesse público relacionados aos assuntos das ciências (sejam elas biológicas, exatas, sociais ou humanas), com o intuito de democratizar o acesso à um conteúdo que estaria destinado para a parcela da população que estuda determinada frente de trabalho. Levamos em consideração não somente a Ciência como em Ciência e Tecnologia, mas sim, a ciência como “1. Conhecimento sistematizado como campo de estudo. [...] 7. Estudo focado em qualquer área do conhecimento.”³.

61

Consideramos a Ciência, como um bem universal, que deveria ser possibilitado seu acesso através de meios de comunicação de massa, com linguagem simples e de fácil compreensão, para que possamos tratá-la como um assunto corriqueiro onde possamos entender o seu impacto no cotidiano de qualquer ser humano, através de compartilhamento diário entre as pessoas, podendo efetivamente aumentar a visualização da importância da pesquisa em diferentes áreas do conhecimento. No presente artigo, vamos tratar das Ciências Biológicas como assunto de divulgação científica, com maior

³ Significados enumerados um e sete da palavra “ciência” do dicionário Michaelis Online. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/ciencia/>. Acesso em 15 de julho de 2024.

foco na área da Saúde, e trazemos a reflexão de França (2015), sobre a temática da acessibilidade da informação e seu compartilhamento:

A Ciência institucionalizada é efetivada pela sociedade, articulada em seu entorno, empregada por pessoas, é imprescindível que seja de entendimento, compartilhada e acessível a todos, afinal, quer seja realizada dentro de laboratórios, centros de pesquisas, universidades e/ou organizações, os recursos destinados a ela são provenientes de diferentes fontes de financiamentos, inclusive público. E não somente por isso, tanto Ciência como Tecnologia influenciam a vida das pessoas em muitos aspectos, inseridas em seu cotidiano e em suas tarefas mais casuais e dessa forma, necessita de atenção e destaque, tais quais outras áreas de relevância nacional, como saúde, economia ou educação, principalmente por C&T serem capazes de afetá-las e serem também afetadas por elas. (FRANÇA, 2015, p. 35).

Em um recorte ainda mais específico, o presente artigo tratará da divulgação científica na internet, onde foi possível e amplificação da comunicação científica e acesso à informação, em consequência aumentando sua visibilidade para fora da comunidade científica (VALÉRIO, 2012, *apud* FRANÇA, 2015, p.46), a seguir veremos a escolha da internet como objeto de análise do artigo.

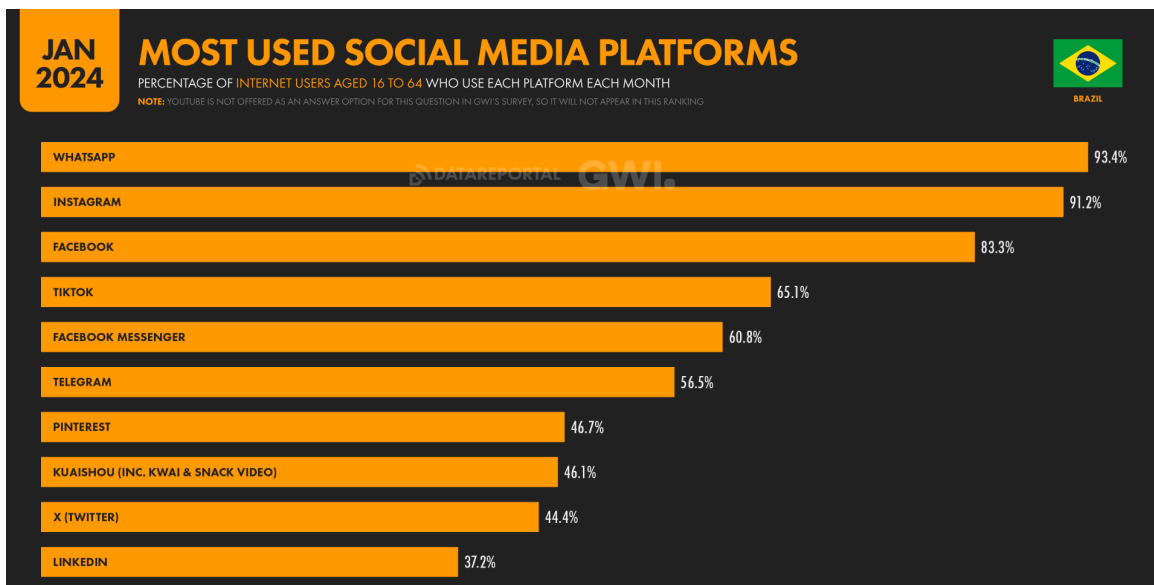
CONSUMO DE PLATAFORMAS NO BRASIL

A última Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2024 (PNAD Contínua) correspondente aos dados atualizados de 2023, mostra que aproximadamente 92,5% dos domicílios brasileiros têm acesso à internet, sendo que dessa amostra, 98,8% a acessam através de telefone móvel celular. A população com acesso à internet, navega com o intuito de: Conversar com chamadas de voz ou vídeo (94,6%); Enviar ou receber mensagens de texto, voz ou imagens (91,1%); Assistir a vídeos, inclusive programas, séries e filmes (87,6%); Usar as redes sociais (83,5%); Ouvir músicas, rádio ou podcast (82,4%); e Ler jornais, notícias, livros ou revistas (69%).

O uso da internet também supera o uso de outras mídias tradicionais como televisão, rádio e imprensa tradicional (física e online), com uma dedicação diária de

cerca de 9 horas, de acordo com o relatório DataReportal Brazil, 2024, com um aumento de 6 milhões de pessoas utilizando a internet em comparação com o ano anterior à pesquisa, a população brasileira é uma ávida usuária das redes sociais. De acordo com o relatório, cada pessoa utiliza em média oito plataformas de rede social por mês, a mais utilizada é o WhatsApp, seguido por Instagram, Facebook e então TikTok.

FIGURA 1 – PLATAFORMAS DE REDES SOCIAIS MAIS USADAS NO BRASIL



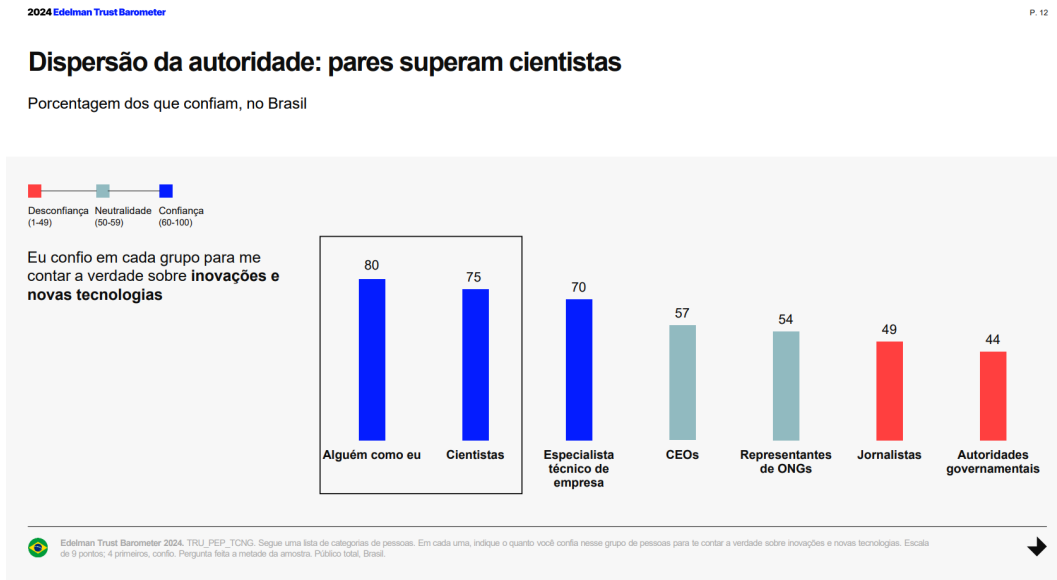
Fonte: DataReportal 2024, Slide 60.

Ao entender o espectro do outro lado, apesar de Influenciadores e Outros Especialistas estarem representados em terceira posição de perfis seguidos segundo o relatório da DataReportal, o Trust Barometer da Edelman, traz uma perspectiva voltada para a confiança do consumo de informação pela audiência.

De acordo com relatório da consultoria, a confiança em um similar é ainda maior que de um especialista, cientista, jornalistas ou até mesmo do Governo. Temos aqui um

paradigma da pós-verdade, onde uma argumentação sem embasamento teórico ou prático, pode aumentar a disseminação de notícias falsas.⁴

FIGURA 2 – DISPERSÃO DA AUTORIDADE – EM QUEM CONFIAR?



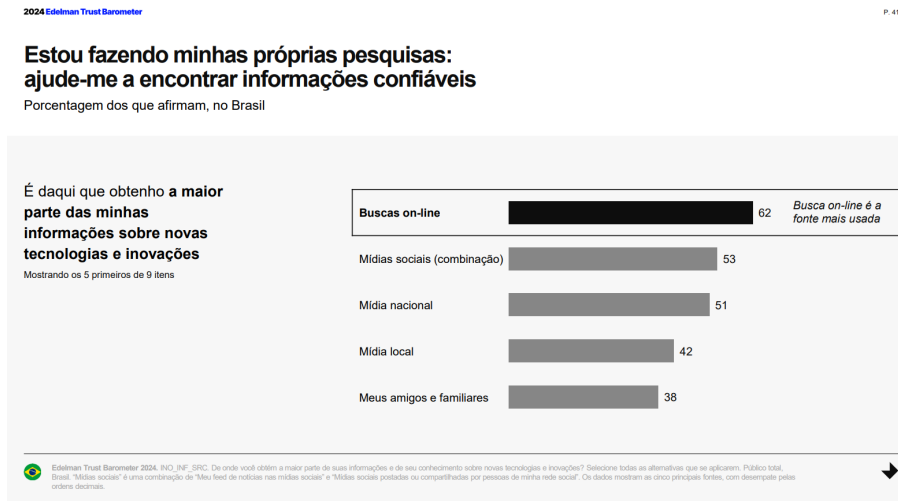
Fonte: Edelman Trust Barometer, 2024, p. 12.

Põe-se em risco a divulgação científica, uma vez que não necessariamente devo ser um especialista em um assunto para acessar à informação disponível abertamente e gratuitamente na internet. Basta a leitura e uma interpretação de maneira equivocada, por uma pessoa leiga para que se possa iniciar o compartilhamento de conteúdos falsos. Entretanto, existe uma certa dificuldade de comunicação entre a comunidade científica e a população geral, no relatório da Edelman, é possível ver que 36% da amostra brasileira afirmam que “os cientistas não sabem como se comunicar com pessoas como eu”, isso abre margem para que as pessoas acessem conteúdos menos especializados através da internet, já que a maioria dos respondentes afirmam fazer buscar on-line e em mídias

⁴ Para se aprofundar em pós-verdade e argumentação, sugiro: DOMINGUEZ, Michelle Gomes Alonso. A pós-verdade como paradigma argumentativo. *Linha D'Água*, São Paulo, v. 36, n. 2, p. 124–137, 2023. DOI: 10.11606/issn.2236-4242.v36i2p124-137. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/linhadagua/article/view/204983>. Acesso em: 15 jul. 2024.

sociais para maiores informações sobre tecnologias e inovações, como vemos na imagem abaixo.

FIGURA 3 – BUSCA DE INFORMAÇÕES SOBRE TECNOLOGIAS E INOVAÇÕES



Fonte: Edelman Trust Barometer, 2024, p. 41.

E são nessas buscas on-line que nos deparamos com influenciadores, esses que trazer diferentes conteúdos, inclusive científicos dentro das plataformas, essas que transcendem o conceito apenas da sociabilidade do termo “rede social”, desmontando apenas a ideia de unicidade de uma dimensão relacional e trazendo outros aspectos alinhados com interesses privados vinculados às plataformas (D’ANDREA, 2020, p.18).

PLATAFORMIZAÇÃO DO CONTEÚDO

As plataformas, como Instagram, TikTok, Facebook e outras, chamadas geralmente pela população de ‘redes sociais’, podem ser entendidas como entidades on-line que são, segundo Van Dijck, Poell e Wall (*apud* D’ANDREA, 2020, p.20), alimentadas com dados; automatizadas e organizadas através de algoritmos e interfaces; organizadas de maneira a intermediar interações entre usuários (pessoas físicas, entidades corporativas e órgãos públicos); e orientadas por modelos de negócios visando a geração de capital para a empresa proprietária. Esse conceito, sofreu diferentes mudanças desde

o início dos anos 2000 (POELL, NIEBOR, VAN DIJCK, 2020), mas podemos considerar que é através delas que hoje nos comunicamos, nos informamos, estudamos, namoramos etc.; vivemos assim em uma sociedade da plataforma.⁵

Podemos utilizar uma plataforma com a intenção de agir, conectar ou aumentar nosso poder de discurso e intensificar nossas argumentações, elevando, em consequência, a pessoa que se apresenta e se expõe nessa perspectiva (GILLESPIE, 2017, *apud* POELL, NIEBOR, VAN DIJCK, 2020), a plataforma é acima de tudo plana, aberta e robusta, oferecendo um “ambiente” produtivo para os usuários. E dentro desse ecossistema da plataforma, existem os usuários e os trabalhadores de plataformas, onde novas ocupações surgem nesse emaranhado de dados e informações, como streamers, vloggers e blogueiros (DUFFY, 2016, *apud* POELL, NIEBOR, VAN DIJCK, 2020), esses se tornando e sendo considerados como influenciadores digitais (*influencers*) ou criadores de conteúdo (*creators*) (TERRA, 2023).

Para esse artigo, consideraremos o influenciador como um objeto de estudo, sendo ele, nesse caso um especialista em sua área, porém com respaldo de uma equipe técnica e especializada em difundir os seus conteúdos e alinhar o seu discurso com o cuidado que cada plataforma precisa. Para Terra (2023):

[...], os influenciadores seriam aqueles que se preocupam com a criação de uma audiência em torno de si com fins de obter visibilidade e se tornarem figuras que inspiram. Preocupam-se com formatos, linguagens e com o algoritmo das plataformas. [...] (TERRA, 2023, p.10).

Esses influenciadores, em específico no presente estudo, o Drauzio Varella, está presente em diferentes plataformas, adaptando o seu discurso e alinhando sua apresentação de conteúdo para adequar ao formato e audiências ali presente, preocupando-se, como cita Terra, com o algoritmo de cada plataforma. Esse algoritmo, funciona de uma maneira lógica, seguindo uma “sequência de instruções de programação escrita para cumprir tarefas pré-determinadas” (D’ANDREA, 2020, p.31), trabalhando

⁵ Para mais informações sobre sociedade da plataforma, ver: VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WALL, Martijn. *The Platform Society: Public Values in a Connective World*, 2018.

assim a favor da plataforma, distribuindo os conteúdos ali gerados sem a “subjetividade humana” (D’ANDREA, 2020, p.33).

Ao adaptar o seu conteúdo, a Ciência também tem espaço nessas plataformas. Mas, assim como afirma Terra, é necessário que haja preocupação e cuidado com o que, e como, irá comunicar determinado assunto, para que aquele conteúdo seja distribuído para todos os usuários da rede, ou até onde o seu filtro-bolha⁶ o permita.

Para o presente artigo, elegeu-se o Drauzio Varella para estudo, através de uma amostra não probabilística intencional (MATTAR, 2012), isto é, julgou-se adequado o seu perfil a ser analisado em detrimento de sua trajetória profissional, presença recorrente em outras mídias tradicionais e sua adaptação multiplataformas. E principalmente sua contribuição para a sociedade civil como divulgador científico desde 1986.

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DE DRAUZIO VARELLA

De acordo com a biografia de Drauzio Varella, disponibilizada em seu portal, ele nasceu em 1943, em São Paulo, Brasil. É médico formado pela USP e atua desde a década de 1970 na área da ciência, como médico, diretor e professor. Além da sua atuação nos hospitais, foi um dos fundadores do Curso Objetivo⁷ em 1965, onde lecionou química, com o intuito de preparar jovens para a universidade de medicina. Podemos observar que desde o início de sua trajetória profissional, ainda como estudante de medicina, o entusiasmo em compartilhar conhecimentos e tornar o acesso à informação científica mais acessível.

⁶ Para entender melhor o conceito, veja: FAVA, Gihana Proba. Filtro bolha: desafio para propagação de informação no meio digital. 2013, Bauru – São Paulo. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1698-1.pdf>.

⁷ Curso preparatório para vestibulares. Saiba mais em <https://www.objetivo.br/institucional/sobre-objetivo.aspx>. Acesso em 13 de julho de 2024.

Auxiliou no combate à aids (sigla em inglês da Síndrome da Imunodeficiência Adquirida) no Brasil, em específico no tratamento do sarcoma Kaposi⁸, além de estar na linha de frente do combate à desinformação e com a orientação do jornalista Fernando Vieira de Melo, iniciou campanhas na rádio Jovem Pan AM e na 89 FM de São Paulo sobre a prevenção à aids, onde iniciava em 1986, sua carreira como comunicador.

Em 1989, iniciou sua pesquisa sobre o vírus do HIV (sigla em inglês para Vírus da Imunodeficiência Humana) na população carcerária da Casa de Detenção do Carandiru, onde trabalhou como médico voluntário até sua desativação em 2002. Atualmente atua de maneira similar na Penitenciária Feminina de São Paulo.

Sua estreia na televisão em rede nacional foi em 15 de outubro de 2000, na Rede Globo⁹, onde participou de diversas séries sobre medicina e ciências biológicas, entre curiosidades sobre o corpo humano ao combate ao tabagismo. Os anos 2000 também marcou o início de sua participação como colunista da Folha de S. Paulo, onde publica até o momento em que essa pesquisa foi realizada¹⁰, o texto de sua estreia no dia 20 de maio de 2000, tratava especificamente sobre o tabagismo, problema que Drauzio enfrentou durante 20 anos, segundo a Folha de S. Paulo em seu webstory¹¹, no momento de sua publicação, tramitava no Congresso o projeto de lei proibindo a publicidade de cigarro, onde o então Ministro da Saúde, José Serra, distribuiu o seu artigo aos deputados como estratégia de pressão em aprovação do projeto, em dezembro a lei foi sancionada.

Atualmente, aos 81 anos, Drauzio Varella atua na Penitenciária Feminina de São Paulo como médico voluntário, também dirige um projeto apoiado pela FAPESP

⁸ Para mais informações sobre a doença e o seu impacto associado à AIDS, consulte o Manual MSD. Disponível em: <https://www.msmanuals.com/pt-pt/casa/dist%C3%BArbios-da-pele/c%C3%A2nceres-de-pele/sarcoma-de-kaposi>. Acesso em 13 de julho de 2024.

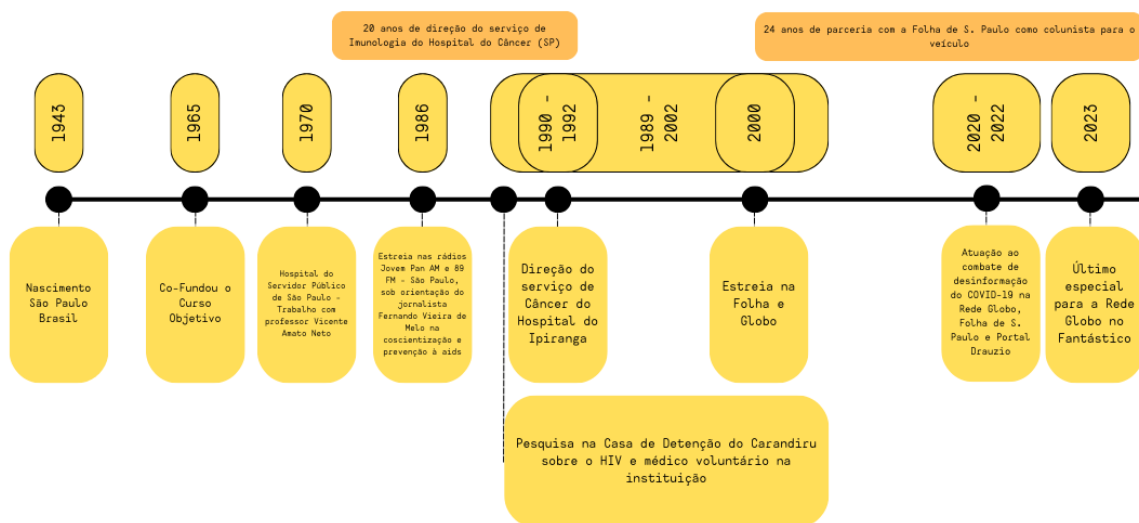
⁹ A trajetória de Drauzio Varella na emissora está disponível em: <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2023/05/03/dr-drauzio-faz-80-anos-relembra-algumas-series-com-o-medico-produzidas-pelo-fantastico.ghtml>. Acesso em 13 de julho de 2024.

¹⁰ Coluna de Drauzio Varella na Folha de S. Paulo, disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/colunas/drauziovarella/>. Acesso em 13 de julho de 2024.

¹¹ Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/webstories/cultura/2021/05/a-trajetoria-de-drauzio-varella/>. Acesso em 13 de julho de 2024.

(Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo) de estudo de plantas da região do baixo rio Negro na Amazônia, com o intuito de testá-las contra células tumorais malignas e bactérias resistentes aos antibióticos e trabalha como divulgador científico como colunista na Folha de S. Paulo e também tem seu Portal na UOL, Portal Drauzio, que traz conteúdos em texto, áudio e vídeos, distribuídos via site, Youtube, Instagram e TikTok.

FIGURA 4 – LINHA DO TEMPO DE ATUAÇÃO DE DRAUZIO VARELLA



Fonte: Elaborado pelas autoras em julho de 2024.

Podemos considerar Drauzio Varella de um patrono da Divulgação Científica, quando o assunto é saúde, além de fazer um trabalho há pelo menos 38 anos, de combate à desinformação no assunto da saúde. Desde 1986, onde se tornou um comunicador e além de seus trabalhos em emissoras de rádio, veículos jornalísticos e emissoras de televisão, Drauzio também escreveu alguns livros sobre suas pesquisas e sobre suas experiências de vida. Atualmente, em 2024, Drauzio conseguiu se adaptar as novas realidades comunicacionais década a década, onde iniciou seu percurso como divulgador científico como professor, passando para rádios, televisão e agora na internet, onde tem presença digital em diferentes plataformas: Youtube, TikTok, Instagram, Facebook, Spotify, entre outros.

Para delimitar a pesquisa, as autoras escolheram o TikTok, onde, segundo o relatório DIGITAL 2024: BRAZIL, da Data Reportal de fevereiro de 2024, constava aproximadamente 98 milhões de usuários acima de 18 anos na plataforma, isso representa cerca de 52% de toda a população com acesso à internet no país e posicionando o país em 3º lugar em audiência para anúncios acima de 18 anos. Além disso, o TikTok, segundo o relatório, foi a rede social com maior tempo mensal de uso no Brasil, em média 30 horas gastas por mês.

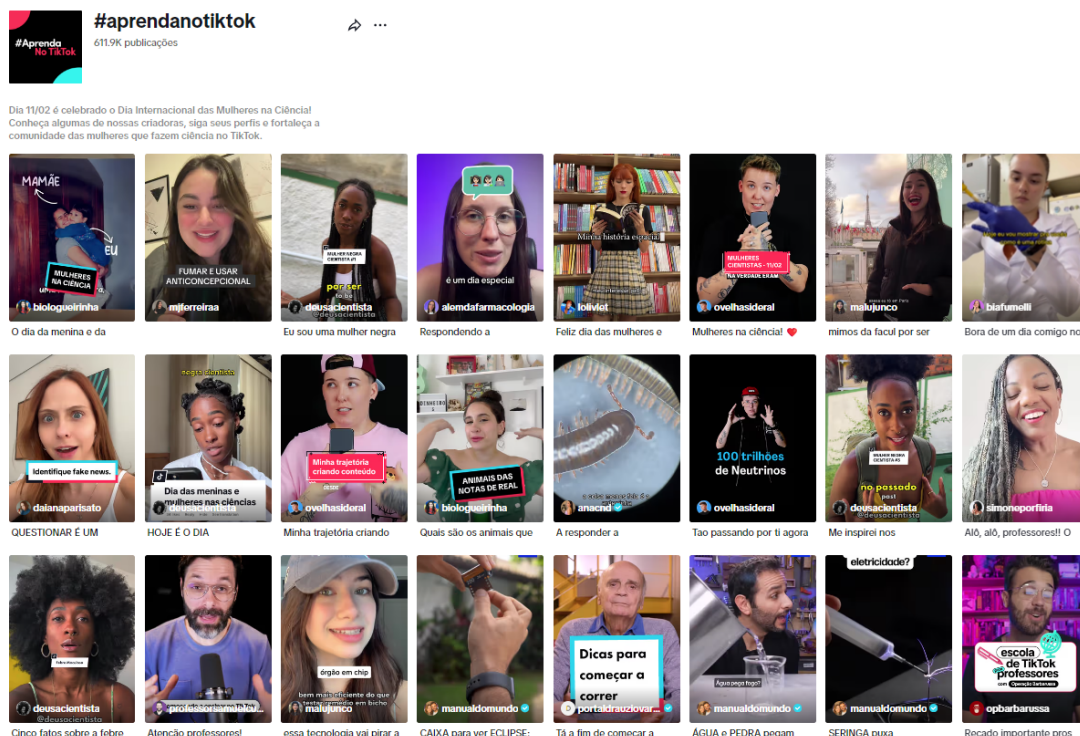
Escolheu-se seu perfil no TikTok por se tratar de um perfil que se encaixa dentre os objetivos de aumentar o conteúdo educativo e científico da plataforma¹², inclusive, o TikTok tem parceria com o SESI Lab com o objetivo de impulsionar a divulgação de ciência¹³.

A hashtag escolhida e incentivada ao uso para relevância em conteúdo educacional é a #aprendanotiktok, seja ele científico ou de hobbies, existindo mais de 610 mil publicações.

¹² TikTok lança campanha para apoiar conteúdo educativo no Brasil. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/tiktok-lanca-campanha-para-apoiar-conteudo-educativo-no-brasil/>. Acesso em 13 de julho de 2024.

¹³ TikTok e SESI Lab anunciam parceria para impulsionar ciência. Disponível em: <https://newsroom.tiktok.com/pt-br/tiktok-e-sesi-lab>. Acesso em 13 de julho de 2024.

FIGURA 5 – #APRENDANOTIKTOK



Fonte: Captura de Tela realizada pelas autoras em 15 de julho de 2024. Disponível em <https://www.tiktok.com/tag/aprendanotiktok>.

Podemos ver que o vídeo do Drauzio Varella sobre dicas de prática de corrida está entre os conteúdos recomendados pela plataforma na página da hashtag, impulsionada pela própria plataforma na busca. Consideramos esse fato relevante, pois a audiência do TikTok, de acordo com o DataReportal: April 2024 (recorte mundial), é em sua maioria de 18 a 34 anos, diferente do perfil do Drauzio, de 81 anos. A partir do levantamento, realizamos uma análise do TikTok Portal Drauzio.

ANÁLISE DOCUMENTAL DO PORTAL DRAUZIO VARELLA E SUA ADAPTAÇÃO PARA O PERFIL DO TIKTOK

Escolhemos fazer uma análise do perfil do Portal Drauzio no TikTok, através do seu conteúdo, de perfil. Buscou-se entender como os usuários interagem com o perfil e o recebem, diante das diferenças apontadas anteriormente, através de uma análise

qualitativa dos dados ali dispostos em seu contexto, conforme propõe Krippendorf (apud JÚNIOR, 207).

Levamos em consideração o impacto do algoritmo da plataforma e por isso a análise deu-se em uma guia anônima do navegador Chrome Web, onde não capta os sinais do histórico de navegação da pesquisadora¹⁴, desta maneira, buscou-se através da análise identificar pontos em comum entre os conteúdos levantados.

FIGURA 6 – PERFIL PORTAL DRAUZIO NAVEGADOR DESKTOP



Fonte: Captura de Tela realizada pelas autoras em 15 de julho de 2024. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@portaldrauziovarella>>.

O perfil tem aproximadamente 645 mil seguidores e dez vezes mais curtidas, totalizando 6 milhões de *likes* nos seus conteúdos. Traz também conteúdos destacados sobre o Sistema Único de Saúde (SUS) e conteúdo contra o tabagismo de cigarros eletrônicos, chamados de *vapes*, denominado #LargaEssePenDrive.

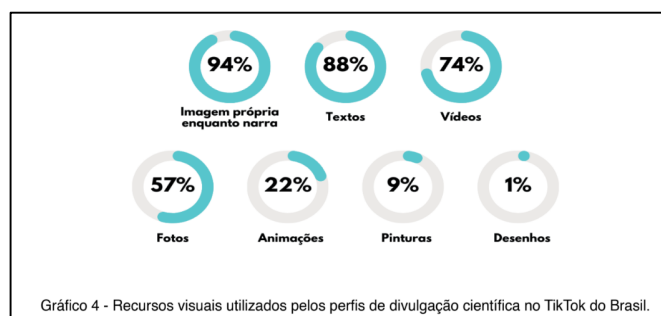
¹⁴ Entenda o funcionamento da guia anônima na Ajuda do Google Chrome. Disponível em: <https://support.google.com/chrome/answer/9845881?hl=pt-BR#zippy=%2Ccomo-o-modo-de-navega%C3%A7%C3%A3o-an%C3%B4nima-funciona>.

Sua descrição de perfil é curta e objetiva e traz seu tom de voz ali ao dizer “De resfriado a questões sociais”, já insinuando a sua participação ativa no que diz respeito a saúde pública e outros assuntos de interesse público.

Seu perfil pode ser encaixado na temática de Ciências da Saúde, onde, segundo a análise realizada por Kletemberg (2024), é o tema em que mais traz vídeos dentro da plataforma, além disso, segundo a autora, 12% dos perfis de divulgação científica brasileiros, mapeados e investigados por ela, eram de médicos, o terceiro maior perfil de influenciadores na plataforma. Kletemberg (2024), também ressalta que os recursos mais utilizados pelos criadores de conteúdo da plataforma eram a própria imagem, seguido de textos e vídeos secundários.

Vemos abaixo, a divisão entre os recursos utilizados pelos *creators* de divulgação científica na plataforma. Como relacionado, vemos a importância da utilização da própria imagem para atrair uma maior autoridade para si próprio ou até mesmo para atribuir ao conteúdo, determinada relevância. A utilização de textos auxilia na explicação de conteúdos densos da ciência, assim como trazem uma maior acessibilidade ao conteúdo para a população com deficiência auditiva, assim como pessoas em trânsito de lugares ou sem acesso ao som. A utilização de vídeos secundários, para complementar o conteúdo exposto também é uma estratégia utilizada por essa população, seguida por fotos, animações, pinturas e desenhos.

FIGURA 7 – RECURSOS USADOS PELOS PERFIS



Fonte: LETEMBERG, Karen Sailer. In: COSTA, E.; BARBOZA, E. (Org.). O poder da comunicação na era da informação, p.33. Ponta Grossa – PR: Atena, 2024. DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.259240702>.

Ao elencar os vídeos do perfil do Portal Drauzio por popularidade, conseguimos filtrar as publicações e afunilar para 5 vídeos recomendados pela plataforma, com base em popularidade e de acordo com os critérios avaliados pelo seu algoritmo, que segundo a plataforma determina três fatores centrais para recomendação de conteúdo: interações do usuário, informações do conteúdo e informações do usuário¹⁵, sendo essas as variáveis para recomendação de conteúdos em diversas entregas dentro da plataforma, influenciando assim a disposição dos vídeos populares com base em interação (comentários, curtidas, etc.), informações do conteúdo (palavras-chave, entre outros) e informações do usuário (conta verificada, entre outros)

FIGURA 8 – VÍDEOS EM DESTAQUE DO PORTAL DRAUZIO TIKTOK

Vídeos



74

Fonte: Captura de Tela realizada pelas autoras em 15 de julho de 2024. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@portaldrauziovarella>>.

Podemos identificar um padrão de capa, isto é, o que fica disponível como primeira imagem do vídeo ao entrar no perfil, com um título de até 2 linhas, em padrão da plataforma, com o dr. Drauzio Varella em destaque. Todos os vídeos têm mais de 2 milhões de visualizações, um destaque ao vídeo que da esquerda para direita está em 5º lugar, que está com 5 milhões de visualizações e que poderia ser o vídeo mais

¹⁵ Como o TikTok recomenda conteúdo. Suporte do TikTok. Disponível em: https://support.tiktok.com/pt_BR/using-tiktok/exploring-videos/how-tiktok-recommends-content#1

recomendado, entretanto, a classificação de relevância tem como pontuação principal em consideração o número de curtidas.

QUADRO 1 – MÉTRICAS GERAIS

Nº	Título do Vídeo	Quantidade de curtidas	Quantidade de Visualizações	Quantidade de comentários	Quantidade de Salvamentos
1	Fumando pendrive	401.100	2.400.000	3.496	10.200
2	Vai tomar um copo d'água	268.700	2.700.000	5.174	10.900
3	O que causa gripe?	162.800	2.900.000	1.094	12.100
4	Faz mal cochilar depois do almoço?	126.900	2.900.000	1.064	7.646
5	Dor no peito: gases ou infarto?	124.400	5.200.000	1.349	5.962
	Total Geral	1.083.900	16.100.000	12.177	46.808

Fonte: As autoras (2024).

Conseguimos identificar que os dois primeiros vídeos em relevância para a plataforma, traz alguns elementos em comum, ambos têm menos de 1 minuto de duração. O primeiro ainda traz uma resposta à um comentário recebido, então é como se o Drauzio, estivesse respondendo diretamente à essa pessoa e prestando um serviço.

Os 5 vídeos trazem elementos de profissionalismo pelo profissional, com uma vestimenta social, para trazer uma maior autoridade e sem complexidade de cenário. Vê-se um esforço em cumprir o papel de informar com linguagem leve e acessível, nas legendas dos vídeos também é possível visualizar elementos de brincadeira para se adaptar à linguagem da plataforma e ao público jovem, como o uso de elementos gráficos, chamados emojis: “Você já tomou água hoje?👉 #drauziovarella” – Legenda do vídeo 2.

No geral, Drauzio utiliza os mesmos recursos levantados pela Kletemberg (2024), que eram a própria imagem enquanto narra, elementos textuais (no caso do Drauzio, legenda do áudio narrado) e efeitos visuais (como zoom in e out), trazendo assim uma

maior aproximação com o público, mantendo a postura profissional e incentivando a interação da audiência ao utilizar de elementos como comentários enviados.

Os vídeos são editados e aparentam ser usados em outras plataformas como Youtube e Instagram, reciclando conteúdo e atingindo diferentes audiências, conseguindo adaptar sua linguagem para diferentes cenários e públicos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Portal Drauzio conseguiu adaptar-se a realidade da plataforma com números significativos de curtidas e visualizações. O conteúdo é adaptado para a linguagem da plataforma, assim como segue tendências de conteúdo científico, trabalhando o uso de hashtags e elementos recomendados pelo TikTok, encaixando seu conteúdo de maneira funcional com um alcance significativo de público (entre os vídeos selecionados, vemos milhões de visualizações).

Drauzio ainda responde às perguntas da audiência e trata com tom de curiosidade alguns conteúdos científicos que poderiam ser de difícil compreensão da população brasileira geral, formatos esses levantados por Kletemberg (2024) na sua análise macro de perfis de divulgadores científicos brasileiros. O Portal Drauzio segue o padrão dos outros perfis de divulgadores científicos como cita o estudo de Kletemberg (2024), e consegue adequar sua linguagem com décadas de experiência na divulgação científica, fazendo com que a diferença de idade do dr. Drauzio Varella para com a população majoritária do TikTok, seja dispensável, conseguindo performar e alcançar audiências que nem sequer chegaram a assisti-lo na televisão aberta no início dos anos 2000, ou escutaram a sua voz na rádio na década de 1980.

Drauzio conseguiu transcender as gerações ouvintes de rádio, telespectadores e agora usuários de plataformas digitais, graças à sua apresentação e linguagem acessível, com uma estratégia de comunicação que se adequa às diferentes plataformas e está em constante transformação, trabalhando a favor dos algoritmos e mantendo seu papel de divulgador científico da saúde ao atravessar décadas e plataformas. A divulgação

científica propagada pelo perfil cumpre com o papel de democratizar a informação científica através de uma linguagem simples e cumpre com a preocupação como influenciador, como proposto por Terra (2023), de cuidar de seu discurso e adaptá-lo para a audiência que irá recebê-lo.

O Portal Drauzio formata o conteúdo para uma população que já não confia – com a mesma veemência de antes - em jornalistas ou governos, como afirma o Trust Barometer da Edelman, transmitindo assim informações relevantes, assim como gera conexão e humanidade, ao trazer conteúdos de interesse público e temas ‘em alta’ ou que são tendências, não somente nas discussões da saúde, mas também na plataforma. Drauzio se encaixa no perfil de similaridade proposto pelo estudo da Trust Barometer, como ‘alguém como eu’, pois se apresenta de maneira a ser interpretado como um cidadão comum, gerando mais empatia, conexão e em resultado, uma maior confiança.

A presente pesquisa abre possibilidades de análises de recepção de audiência perante os conteúdos, além de aprofundar em outras plataformas nas quais o portal se propaga.

Referências

PORTAL DRAUZIO. **Biografia**. Disponível em:

<<https://drauziovarella.uol.com.br/biografia/>>. Acesso em: 13 jul. 2024.

DATAREPORTAL. **Relatório Digital 2024: Brazil**. Disponível em:
<<https://datareportal.com/reports/digital-2024-brazil>>. Acesso em 16 jun. 2024.

DATAREPORTAL. **Digital 2024 April Global Statshot Report**. Disponível em:
<<https://datareportal.com/reports/digital-2024-april-global-statshot>>. Acesso em 16 jun. 2024.

FRANÇA, Andressa de Almeida. *Divulgação Científica no Brasil : espaços de interatividade na Web*. 2015. Dissertação (Mestrado em Ciência, Tecnologia e Sociedade) – Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2015. Disponível em:
<<https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/7131>>.

IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua**. Acesso à internet e à televisão e

posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2023 / IBGE, Coordenação de Pesquisas por Amostra de Domicílios. - Rio de Janeiro, 2024. Disponível em: <<https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2102107>>.

EDELMAN. **Relatório 2024 Edelman Trust Barometer**, Disponível em <https://www.edelman.com.br/edelman-trust-barometer-2024>. Acesso em 16 jun. 2024.

D'ANDREA, C. Pesquisando plataformas on-line: conceitos e métodos. Salvador: EDUFBA, 2020. Disponível em: <https://www.academia.edu/44362401/Livro_Pesquisando_plataformas_online_conceitos_e_m%C3%A9todos>.

POELL, T; NIEBORG, D; VAN DIJCK, J. Plataformização. *Revistas Fronteiras – Estudos Midiáticos* 22(1): 2-10, janeiro-abril, 2020. Disponível em: <<https://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2020.221.01/60747734>>.

FRAZON TERRA, C. De influenciadores digitais a creators: mais possibilidades para a Comunicação Organizacional?. *Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas*, [S. l.], v. 1, n. 1, 2023. DOI: 10.55592/524.2023.2590811.

MATTAR, Fauze Najib. *Pesquisa De Marketing - Edição Compacta*. 5. Ed. São Paulo: Atlas, 2012.

JÚNIOR, W. C. F. Análise de Conteúdo. *In: DUARTE, J.; BARROS, A (Org.). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação*. 1. Ed. São Paulo: Atlas, 2005. cap. 18, p. 280-304.

TIKTOK. Portal Drauzio. Disponível em: <<https://www.tiktok.com/@portaldrauzioarella>>. Acesso em 15 de julho de 2024.

KLETEMBERG, Karen Sailer. *In: COSTA, E.; BARBOZA, E. (Org.). O poder da comunicação na era da informação*. Ponta Grossa – PR: Atena, 2024. DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.259240702>.