

O USO DE FUNDAMENTOS DA LINGUAGEM VISUAL COMO FERRAMENTA DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE MULTIMORBIDADE: ESTUDO DE CASO

FIONA MARIA GANDO GUERRA¹; GUILHERME CARVALHO DA ROSA²;
BRUNO PEREIRA NUNES³

¹Universidade Federal de Pelotas – fiona.maria94@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – guilhermecarvalhodarosa@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – nunesbp@gmail.com

1. INTRODUÇÃO

Exercendo dupla função, a divulgação científica tem sido uma crescente busca dos pesquisadores brasileiros: além de visibilizar o trabalho constantemente realizado em âmbito universitário, a técnica possibilita a democratização do conhecimento, tornando a ciência mais acessível à população de modo geral. Segundo Bueno (2010, p.5), a divulgação científica, ao democratizar o acesso à ciência, pode “estabelecer condições para a chamada alfabetização científica”, contribuindo, assim, “para incluir os cidadãos no debate sobre temas especializados e que podem impactar sua vida” (BUENO, 2010, p.5) como, por exemplo, a ocorrência de doenças crônicas concomitantes em um mesmo indivíduo e as consequências desse fator para a saúde pública no país.

O Grupo Brasileiro de Estudos sobre Multimorbidade (GBEM) tem priorizado o desenvolvimento de práticas de aproximação à sociedade desde sua criação, tendo implantado, em 2017, um projeto de extensão voltado especificamente para comunicação e divulgação científica. Nesses quatro anos, o projeto vem desenvolvendo diversos formatos de conteúdo informativo sobre multimorbidade e doenças crônicas - com destaque para a produção nas páginas do Instagram, Facebook e YouTube (Flores et. al, 2020).

Nesse artigo, relataremos as atividades desenvolvidas pela equipe de comunicação do GBEM, que inclui uma bolsista do curso de Cinema e Audiovisual da UFPel. A graduanda, que começou sua trajetória no projeto no ano passado, tinha como objetivo central, em 2021, dar continuidade ao trabalho anteriormente iniciado, analisando como a aplicação de conceitos embasados na visualidade, advindos dos cinemas de animação e audiovisual, podem potencializar as trajetórias da divulgação científica, ajudando a aproximar ainda mais pesquisadores de seu público-alvo.

No estudo de caso, será observado principalmente como as abrangentes possibilidades de atuação de uma profissional do cinema podem contribuir na formação de peças gráficas e animadas melhor aperfeiçoadas, objetivando explorar as aptidões desenvolvidas na graduação da bolsista, com enfoque especial na aplicação de fundamentos da linguagem visual como “formas, figuras, texturas, textos, ou até mesmo sons e movimentos” (GUIMARÃES, 2003, p. 31) para criar estratégias de divulgação que sejam não somente cientificamente acuradas, mas também visualmente consistentes.

2. METODOLOGIA

Inicialmente, a bolsista ficou responsável por retomar a produção de conteúdo para alimentação do canal no YouTube do grupo, focado na campanha #DivulgaGBEM, que engloba vídeos abordando as mais recentes pesquisas dos integrantes do Grupo Brasileiro de Estudos sobre Multimorbidade. Para fazer isso, ela utilizou diversos artigos escritos pelos membros e as estruturas propostas por Syd Field em *O Manual do Roteiro*, como base para a produção de roteiros que priorizassem a sintetização de informações e simplificação da linguagem, visando tornar os produtos audiovisuais mais fluidos e atrativos ao espectador não especializado. Depois, os roteiros resultaram em dois diferentes formatos de vídeo: o primeiro, gravado com a participação dos próprios pesquisadores, consistia nos mesmos apresentando resultados de seus estudos em frente a uma câmera estática. O segundo, por sua vez, traduzia-se num projeto completamente animado, contando com narração da própria bolsista e desfrutando do grande potencial expressivo das animações (GRAÇA, 2006, p. 51; p. 97).

Num segundo momento, a equipe de comunicação buscou entender mais profundamente o comportamento digital de seu público-alvo: para que os materiais produzidos realmente alcançassem os seguidores do GBEM, era necessário compreender os períodos nos quais haveriam mais indivíduos *online* e com tempo disponível para assistir a totalidade dos vídeos publicados. Foram elaboradas, então, análises de métricas das mídias sociais do grupo, que levaram em consideração quesitos como público, alcance, envolvimento e engajamento, resultando em gráficos que foram estudados pela equipe à procura das melhores datas e horários para postagem dos materiais produzidos.

Paralelamente, a graduanda ficou encarregada da otimização de infográficos pré-existentes, contidos nos relatórios das análises preliminares e exploratórias do projeto *Análises de inteligência artificial para predição do efeito da multimorbidade no uso de serviços de saúde entre idosos brasileiros*, produzido por integrantes do grupo. Para tornar as informações presentes nas bases de dados mais harmônicas e acessíveis à leitura da população em geral, a estudante utilizou como modelo os protocolos de análise infográfica propostos por Sato (2017, p. 106) para desenvolver formulários que pontuaram de zero a dois a utilidade, precisão e satisfação visual com que os gráficos afetaram o leitor visando, assim, compreender os quesitos que mais necessitavam de atenção e correções. Essas atividades, apesar de voltadas para a criação de mídias estáticas, foram também respaldadas pelo referencial teórico cinematográfico, baseando-se, especificamente, em quão essencial pode ser a visualidade para absorção facilitada de informações e na relação intrínseca existente entre mídia em movimento e outros formatos de representação presentes na modernidade (CHARNEY; SCHWARTZ, 2004, p. 18).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante o período de trabalho da bolsista com a campanha #DivulgaGBEM, no YouTube, foram produzidos sete vídeos: dois deles que contaram com a participação de integrantes do grupo e os outros cinco que foram animações desenvolvidas pela equipe de comunicação; sendo duas delas versões em língua inglesa de vídeos animados publicados no canal anteriormente. Os produtos mantiveram em crescimento o número de inscritos no canal do grupo, que passou

de 28 para 56 no último ano, apresentando uma melhora geral de 367% quando comparado a 2019. Os materiais também ajudaram a manter ativas as mídias sociais do grupo, que serviram como meio de divulgação sempre que novos vídeos eram publicados. A utilização das animações, por sua vez, mostrou-se efetiva, especialmente considerando o período pandêmico, onde tornou-se difícil reunir-se com os membros do grupo para gravações.

Figura 1: miniatura produzida para animação em língua inglesa



Enquanto analisando as estatísticas das páginas do GBEM, foi possível observar que houve mudança significativa no comportamento do público *online*. Os picos de acesso, antes visíveis principalmente às quintas e sextas-feiras após as 18h, tornaram-se mais frequentes no início da semana, às segundas, terças e quartas-feiras, ainda após as 18h; horário quando as publicações têm maior chance de ganharem altos números de visualizações. Isto posto, identificar alterações como essa e levá-las em consideração nas postagens subsequentes pode ser um passo essencial para melhor direcionar o trabalho da equipe de comunicação daqui para frente e potencializar o alcance do GBEM.

Sobre os produtos estáticos, após tabelar as pontuações obtidas nos formulários de avaliação dos gráficos, constatou-se que, apesar de cumprirem com suas utilidades, os mesmos apresentaram baixa pontuação na categoria “satisfação”, que engloba o conforto do leitor quando confrontado com o objeto. Alguns dos grandes problemas encontrados na visualização dos dados aparentaram estar relacionados, principalmente, à distribuição de peso visual entre elementos como imagem e texto, traçado e contorno, entre outros. Foram encontradas, ainda, dificuldades significativas na leitura das legendas e títulos, devido às escolhas de tamanho e espaçamento. Essas pontuações, futuramente, servirão como base para que a bolsista possa produzir novos e aprimorados gráficos, levando em consideração a necessidade de harmonia visual tanto quanto a de precisão das informações.

Por fim, foi possível utilizar dos Manuais de Identidade Visual (MIDVs) e *templates*, anteriormente produzidos, para consolidar a identidade digital do Grupo Brasileiro de Estudos sobre Multimorbidade.

4. CONCLUSÕES

Durante sua participação no projeto, a bolsista pôde entrar em contato com diferentes áreas de atuação do profissional de audiovisual e trabalhar com variados formatos, proporcionando uma vasta expansão de seus conhecimentos e habilidades, que claramente contribuirão para sua preparação para inserção no mercado de trabalho cinematográfico brasileiro.

Em relação ao grupo, o trabalho com audiovisual, mídias sociais e peças gráficas auxiliou na potencialização da participação dos integrantes nas atuais atividades do GBEM, pois eles agora também podem atuar como peças-chave não só na produção desses conteúdos, como também na divulgação dos mesmos para outras partes possivelmente interessadas.

Afinal, as informações apresentadas acima mostram que o projeto possibilitou a continuidade do aumento da visibilidade do grupo através das mídias digitais e que o audiovisual, amplamente explorado como aqui, pode ser uma importante ferramenta na democratização de informações através do desenvolvimento de produtos em formato e linguagem familiares ao público e suas necessidades. Assim, reforçamos a importância da integração e fomento dessa área principalmente no atual contexto brasileiro.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BANDEIRA, A. (orgs). **A Extensão Universitária nos 50 anos da Universidade Federal de Pelotas**. 1ed. Pelotas: Editora da UFPel, 2020, v.1, p.633-673.
- BUENO, W. **Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais**. Revista Informação & Informação, Londrina, v.15, n.esp., p.1-12, 2010.
- CHARNEY, L.; SCHWARTZ, V.R. **O Cinema e a Invenção da Vida Moderna**. São Paulo: Cosac & Naify, 2004.
- FIELD, S. **Manual do Roteiro**. Rio de Janeiro: Objetiva, 1995.
- FLORES, N.; MACHADO, M; OLIVEIRA, M.; NUNES, B. **Comunicação científica de doenças crônicas e multimorbidade: reflexões e desafios**. In: MICHELON, F.
- GRAÇA, M.E. **Entre o Olhar e o Gesto: elementos para uma poética da imagem animada**. São Paulo: Editora Senac, 2019.
- GUIMARÃES, L. **A cor como informação: a construção biofísica, linguística e cultura da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2004.
- KANDINSKY, W. **Ponto e Linha sobre Plano**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.
- SATO, S. N. **A infografia na divulgação científica: um estudo de caso da revista Pesquisa FAPESP**. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo. São Paulo, p. 155, 2017.