

O TikTok como ferramenta de divulgação científica e acadêmica

Matheus de Paula Gomes e Juliana Guimarães Martins Soares

Sobre o TikTok

O TikTok é uma plataforma digital de compartilhamento de vídeos de curta duração (até 10 minutos) que se originou da fusão de duas redes chinesas, o Musical.ly, dedicado a dublagens, e o Douyin, rede social focada em vídeos curtos. A empresa ByteDance, que tinha lançado o Douyin, comprou o Musical.ly e transformou esses aplicativos no que conhecemos hoje como o TikTok¹.

A plataforma começou a se destacar em 2020, com o isolamento social provocado pela pandemia de COVID-19, quando diversas pessoas adquiriram o aplicativo para diversão, e logo se tornou um dos aplicativos mais baixados no mundo. Com suas danças e desafios, o TikTok ganhou tanta visibilidade que passou a ser utilizado para outras finalidades além do entretenimento, como para educação, publicidade e divulgação.



Segundo a pesquisa do IPEC 2022, mais de dois milhões de crianças e adolescentes pararam de estudar após o início da pandemia. Muitos interromperam os estudos motivados pela necessidade de trabalhar ou de cuidar de algum familiar, enquanto outros não conseguiram acompanhar as matérias.

Foi nesse contexto que as mídias digitais passaram a auxiliar também na educação, com professores, palestrantes e os próprios estudantes produzindo conteúdo para as plataformas digitais. Uma dessas mídias foi o TikTok. Diversos professores migraram para esta plataforma, virando produtores de conteúdo, como os perfis dos professores Dombraus, Ferreto, Rô Lopes, Victor Polino e Sandro Curió. Eles auxiliam os alunos com vídeos de cerca de 3 minutos com dicas rápidas e fáceis, ajudando também vestibulandos que anseiam em entrar em uma universidade. Em entrevista para o UOL, o professor e criador de conteúdo, Victor Polino, diz “Conteúdos no TikTok servem para complementar, dar dica, não dá para passar um conhecimento tão aprofundado como na escola”³. Os vídeos são muito utilizados para revisar conteúdos ensinados em sala de aula, pelo aluno que quer aprender ou relembrar a matéria rapidamente.

O TikTok é útil também como um método publicitário. Conforme afirma Carrascoza (2014)⁴, “A publicidade acompanha o desenvolvimento da sociedade de consumo e, uma vez que os produtos se tornam cada vez mais commodities, muda também a maneira de melhor apresentá-los”. A vantagem de ter o TikTok para a divulgação da marca é que o consumo do público é orgânico. As marcas inseridas nas redes divulgam seu projeto de uma forma leve e engraçada, utilizando de áudios e ‘trends’ que estão viralizando nas redes para falar de seu produto.

Para se destacar nessa mídia é importante ter uma personalidade. Segundo Kotler, Kartajaya e Setiawan (2017)⁵, “para criar um valor de marca forte, é preciso ter um posicionamento claro e coerente, bem como um conjunto autêntico de diferenciação que apoie esse posicionamento”. É importante compreender que o projeto deve criar conteúdo próprio e não só seguir e copiar o que outras marcas fizeram. Usar a criatividade e sair da rotina é essencial para o crescimento do projeto.

Muitas marcas e projetos estão utilizando essa rede social para fins de marketing. As faculdades Estácio de Sá, Unigranrio, USP e FGV, por exemplo, possuem um perfil no aplicativo e criam diversos conteúdos, mesclando humor com conteúdo educacional. Não encontramos nenhum perfil institucional da UFRJ no TikTok, embora muitos alunos postem conteúdos relativos à Universidade.

O Espaço Alexandria e sua proposta interdisciplinar

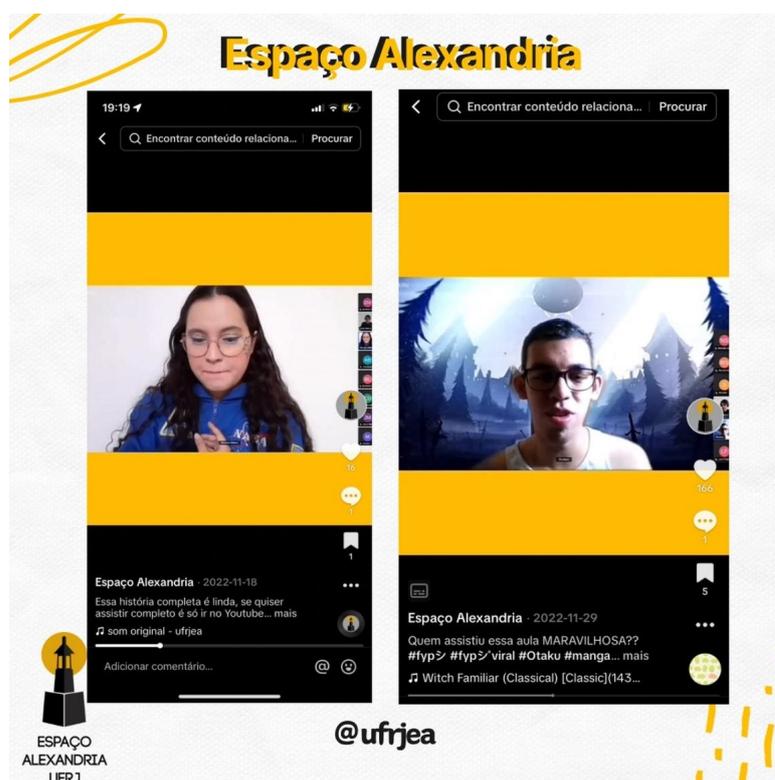
Instância transdisciplinar da UFRJ, o Espaço Alexandria (EA) foi idealizado pelo professor emérito Luiz Bevilacqua, com o objetivo de estimular a integração entre projetos destinados a fazer avançar as fronteiras do conhecimento científico. Suas ideias foram primeiramente propostas no Plano Diretor da UFRJ 2020 (em novembro de 2009) e, desde então, vêm se difundindo e agregando um maior número de colaboradores.

O Espaço Alexandria é baseado na cooperação interdisciplinar entre grupos de

pesquisa que possuem interesses comuns em diferentes eixos temáticos. Valores como descobrir, inventar e pensar criticamente estão na essência desta proposta, aberta para a reflexão e proposição de novas ideias.

Além do entretenimento: utilizando o TikTok como ferramenta de educação

O projeto de extensão “Mídias Digitais de Divulgação do Espaço Alexandria/UFRJ” utiliza as mídias digitais como ferramentas importantes para a divulgação do conhecimento, interagindo com a comunidade universitária e com o público em geral. Atualmente, contamos com a colaboração de 8 professores, 2 técnicos e 15 alunos extensionistas, dos diversos cursos e centros da UFRJ, que trabalham na promoção e divulgação de cursos; seminários e palestras sobre temas que afetam direta ou indiretamente a sociedade; seminários dirigidos à comunidade universitária que possam despertar a formação de grupos de pesquisa interdisciplinares; propiciando um verdadeiro encontro e diálogo de saberes.



Divulgamos atividades, vídeos, palestras e aulas abertas em nossas mídias sociais, e o projeto vem reverberando cada vez mais. Dentre essas mídias, destacamos o Youtube, que é nossa plataforma mais acessada, com mais de 3.000 inscritos. Os vídeos lá postados alcançam uma grande audiência, como, por exemplo, o curso de ‘Redes Neurais’ oferecido pelo professor José Gabriel Gomes, que já conta com cerca de 25.000 visualizações. As aulas abertas da disciplina ‘Mapas’, do professor José Otávio Pompeu e Silva, também vêm atraindo um grande público para o nosso canal.

Com a ascensão do TikTok, avistamos mais uma maneira de passar a nossa mensagem e, no final de 2022, criamos nosso perfil na plataforma. O objetivo é divulgar os

conteúdos postados no Portal do EA e demais redes, através de postagens de vídeos com um cunho humorístico. Por exemplo, reformulando “trends”, que são desafios ou vídeos que estão na moda, com o intuito de passar a mensagem com uma linguagem mais acessível para os jovens, sem perder a identidade do projeto.

Compreendemos a crítica à natureza imediatista do TikTok, que suscita objeções por parte de algumas pessoas. Outro ponto negativo é a possibilidade de disseminação de informações incorretas. Entretanto, o aplicativo constitui uma plataforma social robusta, e como cientistas e educadores devemos sim ocupar esses espaços digitais para transmitir conhecimento aos jovens. Acreditamos na capacidade de utilizar o TikTok como uma ferramenta positiva para disseminar informações corretas, educar e impactar de maneira construtiva, contribuindo para orientar o uso dessas plataformas em prol do desenvolvimento intelectual e social.

Com base no público-alvo que queremos atingir com a divulgação pelo Espaço Alexandria, entrevistamos alguns alunos que estudam na UFRJ e alunos que pretendem entrar na faculdade, e perguntamos a eles “O que acham do TikTok como forma de divulgação de projeto e de conteúdo acadêmico?” Algumas respostas:

“Acho uma iniciativa legal, fica mais dinâmico que material textual e acho que é mais abrangente, acaba conseguindo atingir mais pessoas pra além da comunidade acadêmica.” – Arthur Castro (Discente de Psicologia).

“Acho super necessário, ajudaria muitas pessoas, principalmente as de baixa renda que não têm oportunidade de ter um ensino bom. Incentivaria o pessoal que fica muito tempo no TikTok, ajudaria também a lutar contra a falta de conhecimento e desinformação. Acho que seria superlegal e necessário.” – Jennyffer Rolim (Vestibulanda).

Acreditamos que o Espaço Alexandria poderá se beneficiar com essa rede social, que se consolidou no mercado brasileiro em tão pouco tempo e está trazendo uma nova experiência, utilizando estratégias de marketing de atração (“inbound marketing”) para alcançar o público. Almejamos que, por meio do TikTok, nossas outras redes sociais, como o YouTube, Twitter, Instagram e o portal Espaço Alexandria, também se beneficiem com o maior engajamento, promovendo conversão de seguidores e conteúdos.

<i>Matheus de Paula Gomes</i>	Discente do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda, UFRJ. Bolsista PROFAEX do projeto de extensão “Mídias digitais de divulgação do Espaço Alexandria”.
<i>Juliana Guimarães Martins Soares</i>	Formada em medicina pela UFRJ. Neurocientista e Professora Associada do Instituto de Biofísica Carlos Chagas Filho, UFRJ. Coordenadora do projeto de extensão “Mídias digitais de divulgação do Espaço Alexandria”.

Contato: matheusdepaulag12@gmail.com jmssoares@biof.ufrj.br