

ENTREVISTA

COMO NOS COMUNICAMOS (SOBRE LINGUÍSTICA) IMPORTA: BATE-PAPO COM JANAISA VISCARDI

Janaisa M. VISCARDI  

Instituto de Estudos da Linguagem – Universidade Estadual de
Campinas (UNICAMP)
Campinas, São Paulo, Brasil

Hélio OLIVEIRA  

Instituto de Estudos da Linguagem – Universidade Estadual de
Campinas (UNICAMP)
Campinas, São Paulo, Brasil



OPEN ACCESS

Todo conteúdo de *Cadernos de Linguística* está sob Licença Creative Commons CC - BY 4.0.

EDITORES

- Miguel Oliveira, Jr. (UFAL)
- René Almeida (UFRB)

AVALIADORES

- Bruno Franceschini (UFCAT)
- Alexandre Sousa (UFAC)

SOBRE OS AUTORES

- Janaisa M. Viscardi
Escrita – Análise e Edição.
- Hélio Oliveira
Escrita – Rascunho Original.

DATAS

- Recebido: 09/10/2022
- Aceito: 26/10/2022
- Publicado: 18/11/2022

COMO CITAR

VISCARDI, J. M.; OLIVEIRA, H. (2022). Como nos comunicamos (sobre Linguística) importa: bate-papo com Janaisa Viscardi. *Cadernos de Linguística*, v. 3, n. 2, e670.

RESUMO

Neste texto, a linguista e produtora de conteúdo Janaisa Viscardi fala de suas experiências como pioneira na divulgação científica da Linguística no Brasil, tanto no YouTube, onde mantém um canal há 7 anos, quanto em outras plataformas e redes sociais, com implicações específicas sobre diferentes públicos, formatos e gêneros discursivos nos quais questões sobre língua, linguagem e linguística são tratadas de forma acessível ao público em geral.

ABSTRACT

This work presents the linguist and content producer Janaisa Viscardi. She talks about her experiences as a pioneer in the scientific communication on Linguistics in Brazil, specially on YouTube, in which she has maintained a channel for almost 10 years, and on other platforms and social networks, with specific implications concerning to different audiences, formats and discursive genres in which language and Linguistics are presented for the general public.

RESUMO PARA NÃO ESPECIALISTAS

Por que fazer, quem faz e como é feita a popularização da Linguística são algumas das perguntas respondidas por Janaisa Viscardi nesta entrevista. No Brasil, a linguista e divulgadora científica é uma das pioneiras no trabalho de falar sobre língua e linguagem na *internet* para um público não-especialista nesses temas.

PALAVRAS-CHAVE

Popularização da Linguística; Divulgação Científica; Redes Sociais.

KEYWORDS

Linguistics Popularization; Scientific Communication; Social Networks.

INTRODUÇÃO

O mote “Como nos comunicamos importa!”, estampado no canal do YouTube e nas redes sociais de Janaisa Viscardi, resume bem a importância que os fenômenos linguísticos ocupam no trabalho da autora, que os observa no contexto mais amplo das práticas sociais efetivas.

Viscardi é graduada, mestre e doutora em Linguística pela UNICAMP, com período de doutorado sanduíche de dois anos na Albert-Ludwigs-Universität Freiburg, na Alemanha. Em 2021, fez um período de pós-doutorado, também na UNICAMP. Antes de atuar como produtora de conteúdo nas redes, foi professora em universidades particulares na Bahia, onde, além da docência, atuou para estimular o intercâmbio cultural e científico de alunos de ensino técnico, graduação e pós-graduação. Atualmente, está presente em espaços virtuais, como Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, sempre falando de questões relativas à língua/linguagem/discurso para uma audiência mais ampla, composta por ouvintes não-especialistas, além de ministrar cursos, produzir textos e palestras. Informações mais detalhadas sobre seus trabalhos, inclusive com acesso a textos publicados em jornais e revistas, programas nos quais participa etc., podem ser encontradas no *site* janaviscardi.com.br.

HO: Como e por que começou a fazer popularização da Linguística?

JV: Talvez isso decepcione um pouco as pessoas interessadas em popularização da Linguística, mas eu não comecei planejando especificamente um projeto de divulgação científica. No início do meu trabalho na internet o objetivo foi, sobretudo, atingir contextos corporativos, pensando em como eu poderia utilizar meu conhecimento sobre aspectos linguísticos em áreas fora da academia. A ideia era montar uma espécie de portfólio de vídeos e textos falando sobre comunicação, leitura e produção de textos (longe das famigeradas dicas gramaticais para ler e escrever “corretamente”) e tentar conquistar um espaço no mercado de trabalho, por exemplo, com palestras, oficinas e capacitações em ambientes corporativos. Assim, comecei a produzir vídeos no meu canal em dezembro de 2015 e, inevitavelmente, poucos meses depois temas específicos da Linguística, como a análise de discursos políticos, de falas machistas e de manchetes de jornal foram ganhando mais espaço no meu trabalho, inclusive a partir de questões mais abrangentes nas humanidades, por assim dizer.

HO: De fato, quando se observam as iniciativas concretas de popularização da Linguística, fica evidente como aspectos do funcionamento das línguas e da linguagem são

apresentados em conjunto com outras questões sociais relevantes, como a desigualdade socioeconômica e o racismo, para citar esses dois exemplos.

JV: Esse atravessamento de questões também aparece no meu trabalho, até porque, como disse há pouco, quando iniciei meu canal do YouTube, o objetivo de produzir vídeos voltados para facetas profissionais do linguista foi absorvendo questões que me interessam para além do campo de atuação profissional, como temas atrelados ao feminismo, ao racismo e às comunidades LGBTQIA+, sempre, claro, mantendo a reflexão sobre a língua como pano de fundo. Nesse sentido, o foco do meu trabalho foi se ampliando muito e só recentemente assumi o rótulo de divulgadora científica ou popularizadora da Linguística, sobretudo porque comecei a receber comentários ora de pessoas que decidiram fazer um mestrado por minha causa, que começaram a estudar mais sobre semântica ou sobre discurso por me ouvirem falando sobre o tema ora de pessoas que sequer são da área da Linguística, mas passaram a se interessar por temas relacionados à área porque viram um dos meus vídeos e acompanham meu trabalho. Não digo isso para me colocar como o modelo de divulgadora científica a ser seguido - inclusive costumo contar como foi o início da minha carreira na internet justamente para mostrar que não dei início ao canal para falar especificamente de Linguística ou ser uma divulgadora para um público não-especialista. Entretanto, as reflexões sobre linguagem atravessam minha jornada e meu dia-a-dia e, por isso, reconheço que fui conquistando esse espaço ao ponto de, hoje, temas estritamente linguísticos fazerem parte do meu projeto, inclusive conceitos teóricos e grandes autores da Linguística.

HO: Conversando com colegas linguistas, um receio comum a quase todos é este desafio que você menciona: apresentar teorias científicas ao público leigo. Como tem sido sua prática nesse sentido?

JV: Apesar de a divulgação ser feita para o público em geral, é muito difícil que uma postagem, seja ela em qual formato for, interesse a todo mundo. Esse talvez seja um ponto em que o divulgador pode acabar se frustrando: lidar com ouvintes/consumidores bastante variados - e com suas respectivas críticas, comentários nem sempre positivos, sobre os quais podemos falar depois. Pessoalmente, uma das formas com que lido com essa heterogeneidade é produzindo materiais também diversos, tanto na temática quanto no formato. Ao produzir os materiais, sejam eles vídeos ou postagens com texto e imagem, por exemplo, tudo sempre começa com um roteiro escrito, um guia de ideias a serem desenvolvidas. Ao redigir esses esboços, pequenos projetos de dizer, sempre me lembro de uma definição de texto que o Marcuschi apresenta naquele livro "Produção textual e análise de gêneros" (MARCUSCHI, 2008), para quem o texto deve ser um evento discursivo

comunicativamente relevante, ou seja, enquanto produtores de conteúdo para a internet, devemos (ou deveríamos) estar atentos ao que faz sentido para o público e não apenas para nós mesmos, muito embora, é claro, nosso perfil nas redes sociais sempre terá nossas preferências e nossa “cara”, por assim dizer.

Hoje, meu canal traz conteúdos que vão desde assuntos mais pessoais, ligados a problemas de saúde que enfrentei e sobre os quais procuro conscientizar a comunidade¹, passando pelas relações entre língua e sociedade, como no caso dos estudos queer, feministas e antirracistas de linguagem, passando por temas mais delimitados no campo dos estudos da linguagem, que geralmente atraem a atenção de alunos dos cursos de Letras e de Linguística ou de jovens que ainda vão entrar na universidade e estão procurando uma área com que se identifiquem. Sobre os temas que costumo chamar de mais “linguistudos”, eu mantenho quadros como “O que é?” e “Linguistas do mundo”, por exemplo, nos quais apresento, em linhas gerais, determinada área como a semântica, a fonologia ou a morfologia, citando os principais estudiosos daquele campo e fornecendo referências, de modo que seja possível aos interessados buscar mais informações e se aprofundar nas questões introduzidas nos vídeos, caso queiram.

O desafio de apresentar conteúdos mais “técnicos” é afastar quem está apenas procurando informações de cunho mais prático e diretamente conectado com o dia-a-dia das pessoas. Com foco em oferecer um olhar sobre o cotidiano, há anos produzo o meu quadro mais conhecido e popular, chamado “Notícias incríveis”, em que abordo acontecimentos que tenham gerado muita repercussão nos jornais nacionais, seja sobre o universo da política, da economia, do mundo das celebridades, das campanhas publicitárias. Essas discussões sempre passam, na base, por uma questão de língua/linguagem/discurso, despertando o interesse das pessoas pela maneira como o mundo está sendo ali representado sem que o foco esteja em apresentar teorias e seus autores diretamente.

HO: Como analista de discurso, preciso dizer que esse quadro “Notícias incríveis” é um dos meus favoritos. Gostaria que você falasse um pouco mais sobre esse formato, sobre o seu processo de produção de conteúdo e sobre a escolha do gênero textual/discursivo ao qual recorre para publicar um material específico – observando seu trabalho, percebe-se que transita por variados gêneros nas plataformas virtuais.

JV: O “Notícias incríveis” teve início de forma muito despretensiosa: comecei analisando algumas manchetes, que é um interesse antigo meu, e o quadro acabou se consolidando

1 A autora decidiu tornar pública, em uma série de vídeos, sua experiência a partir do diagnóstico da doença de Crohn.

como um dos espaços mais populares do canal. Algumas notícias envolvem tragédias, como a morte de um menino indígena causada por um garimpo ilegal na Amazônia, que foi noticiada em um grande portal jornalístico com a seguinte frase “Menino indígena morre após brincar em garimpo”. Entre outros aspectos, eu tentei destacar, nesse vídeo, por exemplo, a forma “estranha” (que, na verdade, é uma prática cotidiana nos grandes veículos de notícias) como o agente de uma morte é completamente apagado - nesse caso, os responsáveis pelo garimpo ilegal, que instalaram uma draga que prendeu a criança embaixo d’água, sufocando-a -, e como a vítima se torna agente de sua própria morte, em uma situação supostamente inofensiva, prosaica: “menino morre após brincar”. Postagens assim são uma rica fonte para se explorar a língua como instrumento de ação social e costumam render boas discussões.

Outra notícia, bastante comum e com funcionamento discursivo semelhante, apresentava o tomate como “vilão da inflação”, mais ou menos como se o tomate tivesse sido ele mesmo o “culpado” pela inflação naquele trimestre. Comparo esses dois casos para começar a abordar a segunda parte de sua pergunta, sobre os gêneros textuais. Enquanto a primeira notícia exigia um tom mais sério, mais grave, para abordar as estratégias de dissimulação de agentes e instituições (geralmente aquelas que pagam a publicidade desses grandes portais jornalísticos e, de alguma forma, determinam como querem aparecer nas notícias), a segunda permitia uma abordagem humorística, à qual recorri utilizando os recursos de imagem disponíveis na gravação de vídeos, como os filtros disponíveis em plataformas como o Instagram. Nesse vídeo específico, por exemplo, a notícia foi comentada pelo próprio tomate, como em uma animação, o que tornou a postagem mais dinâmica e engraçada, gerando, inclusive, um maior número de compartilhamentos e visualizações.

Eu gosto muito de experimentar essas funcionalidades disponíveis nas plataformas digitais e me sinto bastante livre em fazer uso dos mais variados recursos, sem me preocupar em ter de “manter uma dada postura” em cena. Pelo contrário, procuro ocupar os vários espaços porque gosto de ir testando essas possibilidades até onde me sinto confortável. Quando comecei a gravar os meus vídeos para o YouTube, eu me sentia insegura por não ter qualquer experiência prévia com o universo do audiovisual e gravar tudo sozinha, em casa, sem equipe ou suporte técnico - o que sigo fazendo por questões orçamentárias até hoje. Mas com o tempo, e a familiaridade com as câmeras, a presença em cena se tornou mais confortável, o que contribui fortemente para a minha inserção nas diferentes plataformas e formatos, sem medo de me expor em diferentes linguagens.

Pensando especificamente na problemática dos gêneros textuais, o Facebook ainda é um espaço de textos relativamente mais longos - se comparados com os textos do Twitter, é claro -, enquanto o Instagram parte da premissa do uso da imagem em suas diferentes possibilidades como centro da postagem, gerando conteúdos mais multimodais e

intersemióticos. O TikTok, assim como o Instagram, é uma rede de imagens. Aqui, no entanto, não são as imagens estáticas o foco, mas os vídeos de duração variada, com limite de até 10 minutos². Cada espaço tem sua linguagem e público próprios, embora haja, obviamente, interseção de parte da audiência entre as diferentes plataformas. O YouTube continua sendo minha principal plataforma de atuação, com vídeos em vários formatos, ora mais curtos - atendendo a uma demanda cada vez mais frequente da plataforma por aquilo que se chama de “Shorts”, ora mais longos, apresentando mais alongadamente os diferentes quadros do canal, assim como entrevistas e vídeos colaborativos com outros produtores de conteúdo.

Um aspecto importante para o processo de produção de conteúdo é o diálogo constante com o público. Para mim, a leitura dos comentários é fundamental para me conectar com minha audiência, conhecendo suas críticas e demandas nas diferentes plataformas. No entanto, essa escuta atenta às críticas e pedidos da audiência não deve se transformar em obrigatoriedade de produção de conteúdo: é preciso ter clareza do próprio trabalho. Um exemplo: num dado momento, em que se falava muito nas redes sobre a Korean Pop Music (conhecida como KPop), seguidores pediram que eu gravasse sobre o tema. Naquele momento, o assunto estava “em alta” nas redes e, para um produtor de conteúdo, o “em alta” pode ser um marcador para falar sobre um dado tema e ter, com isso, ampliação da sua audiência. Porém, eu não tinha conhecimento sobre este fenômeno cultural e não estava, naquele ponto, apta a relacionar o KPop a questões de linguagem que são o centro das questões discutidas no canal. A escolha temática, portanto, não pode passar apenas por aquilo que a audiência demanda ou que está sendo sugerido pelos tópicos mais comentados de um dia ou semana. Da maneira como compreendo a produção de conteúdo, a identidade do canal e de seus interesses temáticos vêm em primeiro lugar. Qualquer tema pode se tornar um tema da minha produção de conteúdo, desde que eu encontre relação com o tema central do canal, a linguagem.

O diálogo com os seguidores é importante como ponto de partida e como base sobre a qual podemos ir construindo e alimentando a nossa própria identidade enquanto divulgadora e comunicadora. Mas é preciso manter em mente os interesses centrais da sua produção de conteúdo para não cair naquilo que considero uma armadilha, a produção de conteúdo continua e reiteradamente “caça cliques”, que pretende apenas ampliar a audiência, sem que haja qualquer relação temática com a proposta do canal.

² As plataformas são muito dinâmicas em relação aos formatos de seus conteúdos. Até a submissão deste texto, em 2022, este era o limite máximo de minutagem para a postagem de vídeos no Tik Tok.

HO: Aproveitando essa fala sobre o contato com o público, poderia comentar como lida com os haters ou “anti-fãs” e quais foram, de modo geral, as principais dificuldades enfrentadas no trabalho com as redes sociais?

JV: Acho importante haver divergência, diálogo e confronto de ideias. O problema é quando a interação se dá de forma violenta, com ataques a quem produz conteúdo. Nesse contexto, as redes sociais podem ser um espaço bastante hostil e danoso para a saúde mental das pessoas. Pensar a maneira como as relações acontecem nas redes me parece fundamental. Temas considerados “progressistas”, para trazer apenas um exemplo, são costumeiramente foco de comentários agressivos. No canal, eu costumeiramente falo sobre a questão da linguagem não-binária. É bastante comum ser hostilizada nestes vídeos, assim como também é comum ser hostilizada ao fazer críticas a políticos de extrema-direita ao analisar seus discursos. Tenho inúmeros colegas que já receberam ameaças de morte por discutirem questões políticas de minorias - ou em oposição ao governo bolsonarista - em seus perfis.

Ainda assim, eu também resolvi me posicionar criticamente sobre a gestão de Jair Bolsonaro, desde o início de seu governo e em especial diante da desastrosa política de morte e destruição que ele promoveu durante a pandemia de covid-19, além da péssima gestão econômica e institucional do país desde então. Tal como esperado, recebi um volume enorme de comentários que não eram de discordância simplesmente, mas atendiam a uma lógica violenta, que emula a maneira como o próprio Bolsonaro atua (e que pode ser lido, por exemplo, em análise promovida por Bentes & Morato (2021)). Ainda que eu estivesse propondo uma discussão ampla, ancorada em um referencial teórico que propunha entender as dinâmicas discursivas de políticos de extrema-direita ao redor do mundo, como no caso dos trabalhos de Wodak (2016) sobre a extrema-direita na Europa ou Cesarino (2018, 2019) sobre o populismo digital brasileiro, a violência estava presente. Nesses casos, os caminhos possíveis parecem ser guardar registros dessas manifestações para o caso de necessidade de realizar uma denúncia e bloquear os perfis para evitar que outros entrem no canal com a mesma atitude. Tardei a entender que bloquear pessoas nas redes é uma ferramenta também de defesa, e não necessariamente de silenciamento do outro. Compreendi ao longo dos anos de trabalho nas redes sociais não são usadas apenas para debate e discussão de ideias, mas também para a disseminação do ódio e reprodução de violências.

Para as pessoas que optam por trabalhar nas (e com) redes sociais, produzindo conteúdo, a manutenção da saúde mental pode ser um desafio, seja pelos possíveis ataques sofridos seja pelo volume de informação e interação com as quais lidamos cotidianamente. Assim, tem sido importante para mim, como dica prática (que, com o tempo, pode perder o sentido, afinal as tecnologias mudam bastante rapidamente),

garantir que as notificações no celular estejam silenciadas, para evitar acompanhar diretamente tudo o que chega, além de estabelecer os momentos na rotina de trabalho em que os comentários serão lidos e respondidos, evitando, com isso, a exposição constante.

Ainda sobre as dificuldades com as quais lido e lidei, a principal delas foi a já comentada falta de estrutura e equipe técnica para condução das atividades de audiovisual. Essa é a realidade boa parte das pessoas que passam a produzir conteúdo na internet. Como disse no início dessa conversa, eu não tinha qualquer experiência no universo do audiovisual ao dar início ao canal. Aprendi a gravar e editar assistindo a vídeos no YouTube e assim comecei, fazendo e aprendendo. Apenas muitos anos depois, quando o canal passou a ser minimamente viável financeiramente, pude “terceirizar” a edição de vídeos, diminuindo o trabalho neste campo. O trabalho de produção de conteúdo tem inúmeras nuances e atividades cotidianas. Para que a criatividade siga sendo uma característica marcante, é preciso poder se dedicar aos variados estudos, tanto dos aspectos teóricos que se quer abordar quanto dos gêneros textuais e dos formatos audiovisuais de que se pretende fazer uso na produção do conteúdo.

Além disso, para quem quer se dedicar à popularização da ciência, uma importante dificuldade a ser vencida é alcançar o equilíbrio entre a simplificação da teoria sem ser simplório nem cair em incorreções conceituais. Eu me lembro, por exemplo, de quando criei o roteiro para o vídeo sobre semântica, que não é minha área de estudos. Depois de dias de estudo para criação do mote central do vídeo, eu o gravei quatro vezes, por estar insegura quanto à qualidade do conteúdo. Embora tivesse conduzido inúmeras leituras e trazido para as referências todos os textos que li, por conduzir esse trabalho sozinha receava não ser capaz de 1) falar com propriedade sobre o assunto 2) despertar o interesse das pessoas pelo tema para que pudessem seguir buscando referências e estudando o tema. Ao trazer esse relato, que pode parecer tão banal, pretendo apontar o quão difícil é produzir materiais baseados em conceitos de um dado campo científico: são inúmeras as pesquisas e leituras a serem conduzidas, para além do processo de roteirização e apresentação de uma noção teórica para o público em geral.

Por último, mas sem dúvida não menos importante, em especial em tempos de precarização das condições de trabalho em diferentes esferas, é importante destacar a dificuldade em alcançar retorno financeiro a partir das atividades de trabalho aqui resumidamente apresentadas. É ainda comum o sonho de se “ganhar dinheiro fácil” com a produção de conteúdo. Há, inclusive, muitas fórmulas sendo vendidas para que as pessoas conquistem o tal sucesso financeiro. Na prática, no entanto, o cenário é outro: todos os dias inúmeras pessoas dão início a um novo projeto em uma rede social com vistas a “viver disso”, mas há um mar a navegar. O mar dos algoritmos, da conquista da audiência, das dinâmicas exaustivas de trabalho sem retorno financeiro. Boa parte dos perfis que conheço começou produzindo conteúdo de maneira paralela a outras atividades de trabalho,

gravando nos fins de semana e em horas vagas, pós-expediente, sem qualquer apoio financeiro. Meu canal, por exemplo, levou mais de três anos para receber o meu primeiro *adsense*³, que, naquele momento, correspondia a U\$100,00.

Além da (ou talvez junto da) questão financeira, temos as métricas de cada plataforma, que ainda são vistas como uma das principais formas de qualificar o trabalho de quem produz conteúdo na internet. Certamente gera frustração produzir um conteúdo de maneira cuidadosa e atenciosa - a partir de inúmeras horas de trabalho de leitura, roteirização, consulta a especialistas, produção audiovisual - sem que o resultado do trabalho converta em números de visualizações e acessos. Num universo de números gigantescos (no momento da submissão deste artigo, Felipe Neto, o maior *youtuber* do Brasil, contava com uma audiência de mais de 44 milhões de seguidores no YouTube), é preciso compreender o que (não) dizem os números e como diferentes nichos terão, muito provavelmente, diferentes alcances, o que não invalida o trabalho, embora o mercado muitas vezes insista em fazê-lo. Inúmeras vezes me frustrei (e me frustrou) por não entender a baixa entrega de um vídeo ou texto escrito. Como esses números seguem sendo a métrica principal para muitas contratações, convites e oportunidades, é um grande desafio atuar na divulgação científica como atividade remunerada principal. Poucos são hoje os casos daqueles que o fazem. Talvez o mais conhecido seja o de Átila Iamarino, biólogo.

No meu caso específico, por anos meu trabalho nas redes só foi possível porque desenvolvi outras atividades que proviam meu sustento concomitantemente à produção de conteúdo ou porque meu marido se colocou como único provedor. Ainda que, mais uma vez, este pareça ser um tema muito pessoal a ser abordado em uma entrevista, ele me parece crucial para dar visibilidade à realidade da produção de conteúdo na internet, em especial aos divulgadores científicos. Muitos que hoje estão falando sobre diferentes áreas do conhecimento são já professores em universidades públicas e, por isso, tem sua fonte de renda vinda de outro lugar que não o trabalho com as redes sociais. Viver exclusivamente do trabalho nas redes sociais, como é o meu caso, traz inúmeros desafios financeiros. Trabalhar nas redes sociais é um exercício cotidiano de paciência e de resiliência (e pensamento crítico, para melhor entender as dinâmicas através das quais operam as plataformas).

HO: Bem, além de sabermos que não há uma receita ou um roteiro sobre como se tornar um divulgador científico, já sabemos, pelo relato que acabou de fazer, que o caminho está longe de ser fácil. Mesmo assim, minha última pergunta é: o que você diria aos corajosos que pretendem ingressar na popularização da Linguística e talvez queiram

³ Serviço de monetização de sites, canais e redes sociais, por meio do qual a exibição dos anúncios publicitários é administrada pela Google e gera lucro baseado na quantidade de cliques e/ou de visualizações

multiplicar trabalhos como o seu? Se não há um roteiro, talvez você possa dar um “aviso aos navegantes”.

JV: Não sei se sou a pessoa mais indicada para dar esse tipo de conselho porque não gostaria de me colocar como “o” único modelo a ser seguido no campo da Linguística. O que posso fazer é falar de minha experiência pessoal, meus erros e acertos, enfim, minha trajetória específica.

Dito isso, o primeiro alerta que eu faria, sem dúvidas, é: não tente copiar modelos! Tente conciliar o conhecimento que você já tem com temas do cotidiano das pessoas que parecem interessantes. Em alguns casos, o tema talvez não seja aquele do seu maior interesse, mas isso não impede que você produza um conteúdo interessante, de interesse para seu público. É possível que um tema que seja muito do seu interesse não alcance, de pronto, o seu público, mas é possível pensar tanto em como produzir conteúdos que possam trazer mais pessoas quanto em como tornar esse conteúdo de seu interesse mais acessível à sua audiência.

Nesses casos, é necessário estar sempre antenado com aquilo que o público está debatendo naquele momento, as questões que estão gerando réplicas e tréplicas, para, então, quando possível, atrelar a essas questões um tópico sobre o seu tema de interesse. Contextualizar temas linguísticos a partir de uma questão em voga tem uma dupla vantagem: primeiro, permite aproveitar o trabalho dos algoritmos das redes sociais, que vão recomendar seu vídeo a uma audiência maior, por estar abordando um tema “em alta”; segundo, facilita furar a resistência à ciência e romper com os estereótipos sobre os cientistas serem chatos, maçantes e falarem de coisas muito distantes do mundo dito real. Essa estratégia pode contribuir para um melhor alcance do canal de divulgação científica.

Também penso ser fundamental compreender o espaço em que o material será difundido. Como bem nos aponta Koch (2002), o texto não é um objeto isolado do mundo. Ele é dirigido a uma audiência e surge num dado momento da história. Eu entendo os meus vídeos como uma conversa com meus interlocutores que me acompanham, vários deles há muitos anos. Ironia, humor, informalidade são traços da maneira como eu estabeleci a conexão com minha audiência. Não estou ali participando de uma conferência acadêmica, em que outras demandas me são exigidas de alguma forma. Seriedade na escolha e desenvolvimento de um tema não implica sisudez. Veja, por exemplo, o caso de Sabrina Fernandes⁴, socióloga com importante trabalho de divulgação das teoria marxistas, com vídeos, por exemplo, em que conversa com a audiência enquanto se maquia. Ou então os

4 Disponível em: <<https://www.youtube.com/teseonze>>, acesso em: 26 set 2022.

casos de Dimitra Vulcana⁵, também conhecida como Doutora Drag, ou Rita von Hunty⁶, *drag queens* que discutem temas da filosofia e da sociologia cozinhando ou criando canais de notícias em seus canais no YouTube.

Através das diferentes plataformas é possível estabelecer conversas de caráter informal e descontraído, em distintos formatos, através das quais o ouvinte participa ao deixar também seu comentário e trazer outros elementos para a conversa. É inclusive por isso que eu leio comentários, como disse acima. Para compreender as inferências, a maneira como o texto “bate” em quem ouve o que proponho como diálogo. Além disso, o meu texto, como todo texto, é carregado de intertextualidade (Koch, Bentes & Cavalcante, 2007) e me acompanham inúmeros outros autores a que faço referência. Nesse sentido, meu trabalho, busco sempre reforçar, não é o fim, mas o início - ou o meio - de uma jornada de aprendizado, da qual eu não pretendo ocupar o posto de dona da verdade. Essa é uma ponderação que considero crucial porque é comum que as pessoas, no trabalho nas redes, sejam alçadas ao posto de autoridades quase “exclusivas” de um assunto. Acredito que seja também por isso que, durante muito tempo, evitei o rótulo de divulgadora científica.

Há inúmeros caminhos possíveis a percorrer: você pode, como eu, dar início a um projeto de maneira despretensiosa. Talvez você prefira buscar uma universidade e, lá, estudar sobre divulgação científica. O importante é reconhecer não só as alegrias, mas também os desafios que essa nova profissão (assim poderíamos definir?) agrega. Igualmente importante é encontrar a sua maneira de fazer: como ocupar a cena, quais temas abordar, qual identidade (inclusive visual) desenvolver.

Acima de tudo, se eu tivesse que dar um conselho, seria “não tenham medo!”. Aproveitem as possibilidades que as diferentes plataformas oferecem para que possamos falar daquilo que acreditamos ser positivo no mundo. Em um período tão delicado, em que fomos temos no Brasil um governo de extrema-direita, característico por fomentar discursos negacionistas, compostos de notícias falsas e carregadas de preconceitos, estar nas redes sociais pode ser frustrante e desolador. São inúmeros ataques às minorias, às universidades e à ciência. Uma das (inúmeras) alternativas possíveis a essa lógica, muitas vezes amplificada pelas próprias redes (como em estudo publicado pelo Twitter sobre a maior amplificação de conteúdos de direita em sua plataforma), é participar desse espaço, construindo comunidades junto das quais se busca desenvolver e fomentar o pensamento crítico, plural e diverso, a partir de diferentes recursos semióticos.

Ainda que as dinâmicas envolvidas na vida nas redes possam e devam ser discutidas e analisadas - haja vista o número cada vez maior de horas que se passa diante do celular, o controle e a venda de nossos dados, a questão da Big Data, o problema da veiculação de

5 Disponível em: <<https://www.youtube.com/doutoradrag>>, acesso em: 26 set 2022.

6 Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/temperodrag>>, acesso em: 26 set 2022.

discursos de ódio e uma infinidade de outras questões - estar nas redes é também buscar amplificar ideias que contrariam a lógica hegemônica. É também a possibilidade de se unir a outras vozes que lá já estão. Em sendo possível - e do interesse - contribuir com essas conversas, por que não?

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES

CONFLITO DE INTERESSE

Os autores não têm conflitos de interesse a declarar.

AValiaÇÃO E RESPOSTA DOS AUTORES

Avaliação: <https://doi.org/10.25189/2675-4916.2022.V3.N2.ID670.R>

REFERÊNCIAS

ABRALIN. Bate-papo com Jana Viscardi. *AbraLin em Cena 16*. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=My7McjX6FPI>>, acesso em: 10 set 2022.

BENTES, Anna; MORATO, Edwiges. Expressões de violência verbal e reflexividade face ao modelamento sociocognitivo e discursivo da pandemia de Covid-19. *Calidoscópico*, 19(1), 2021.

CESARINO, Leticia. *Populismo digital: roteiro inicial para um conceito* (Parte I: metodologia e teoria), Academia.edu, 2018. Disponível em: <academia.edu/38061666/Populismo_digital>, acesso em: 26 set 2022.

CESARINO, Leticia. On Digital Populism in Brazil. *PoLAR: Political and Legal Anthropology Review*, 2019. Disponível em: <<https://polarjournal.org/2019/04/15/on-jair-bolsonaros-digital-populism/>>, acesso em 22 set 2022.

KOCH, Ingedore Villaça. *Desvendando os segredos do texto*. São Paulo: Cortez Editora, 2002.

KOCH, Ingedore Villaça; BENTES, Anna; CAVALCANTE, M. *Intertextualidade: diálogos possíveis*. São Paulo: Cortez Editora, 2007.

MARCUSCHI, Luiz Antônio. *Produção textual, análise de gêneros e compreensão*. São Paulo: Parábola, 2008.

WODAK, Ruth. *Politik mit der Angst: zur Wirkung rechtspopulistischer Diskurse*. Edition Konturen, 2016.