

# REVISTA DE ARQUEOLOGIA

Volume 37 No. 2 Maio - Agosto 2024

ARTIGO

## PROARQ AUDIOVISUAL: O PAPEL DO AUDIOVISUAL E DAS MÍDIAS SOCIAIS NA DIFUSÃO E POPULARIZAÇÃO DA ARQUEOLOGIA

Adriano da Silva Ferreira\*

Leandro Domingues Duran\*\*

Luis Felipe Freire Dantas Santos\*\*\*

### RESUMO

O presente artigo aborda o uso do audiovisual e das mídias sociais na divulgação e popularização da arqueologia, por meio do estudo de caso do projeto Proarq Audiovisual. O objetivo é compreender as possibilidades e desafios da comunicação científica na arqueologia acadêmica, destacando o papel da linguagem audiovisual e das mídias sociais na transmissão de informações precisas e confiáveis sobre a arqueologia brasileira. O estudo ressalta a importância de aprimorar as práticas de comunicação científica e promover uma cultura científica pública. O projeto Proarq Audiovisual, ao utilizar vídeos e mídias sociais, buscou estabelecer um diálogo direto com o público interessado em arqueologia. O artigo contribui para uma melhor compreensão da divulgação científica na arqueologia e propõe o uso integrado do audiovisual e das mídias sociais como estratégias eficazes para a disseminação do conhecimento arqueológico.

**Palavras-chave:** linguagem audiovisual; mídias sociais; divulgação científica; popularização da arqueologia; Proarq Audiovisual.

\* Bacharel em Arqueologia pelo Departamento de Arqueologia da Universidade Federal de Sergipe (UFS).  
E-mail: [ferreiraalucena@gmail.com](mailto:ferreiraalucena@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-2940-9268>.

\*\* Doutor em Arqueologia. Professor do Departamento de Arqueologia (DARQ) e do Programa de Pós-graduação em Arqueologia (PROARQ) da Universidade Federal de Sergipe (UFS).  
E-mail: [duan.arque@gmail.com](mailto:duan.arque@gmail.com). ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7636-0692>.

\*\*\* Doutor em Arqueologia, bolsista de pós-doutorado Capes (PDPG-POSDOC) do Programa de Pós-Graduação em Arqueologia da Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: [luisfelipe\\_freire@yahoo.com.br](mailto:luisfelipe_freire@yahoo.com.br).  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0301-1587>.

## PROARQ AUDIOVISUAL: THE ROLE OF AUDIOVISUAL AND SOCIAL MEDIA IN DISSEMINATING AND POPULARIZING ARCHAEOLOGY

---

### ABSTRACT

This article discusses the use of audiovisual and social media in disseminating and popularizing Archeology by means of a case study on the Proarq Audiovisual project. It aims to understand the possibilities and challenges of scientific communication within academic Archaeology, highlighting the role of audiovisual language and social media in broadcasting accurate and reliable information about Brazilian Archeology. The study emphasizes the importance of improving scientific communication practices and promoting a public scientific culture. Proarq Audiovisual, by using videos and social media, sought to establish a direct dialogue with the interested public. The article contributes to a better understanding of scientific dissemination in Archeology and proposes the integrated use of audiovisual and social media as effective strategies for disseminating archaeological knowledge.

**Keywords:** audiovisual language; social media; scientific dissemination; archeology popularization; Proarq Audiovisual.

## PROARQ AUDIOVISUAL: EL PAPEL DEL AUDIOVISUAL Y LAS REDES SOCIALES EN LA DIFUSIÓN Y POPULARIZACIÓN DE LA ARQUEOLOGÍA

---

### RESUMEN

Este artículo aborda el uso del audiovisual y las redes sociales en la difusión y popularización de la arqueología mediante el estudio de caso del proyecto Proarq Audiovisual. Su objetivo es comprender las posibilidades y los desafíos de la comunicación científica en la arqueología académica enfatizando el papel del lenguaje audiovisual y de las redes sociales en la transmisión de información precisa y fiable sobre la arqueología brasileña. Se destaca la importancia de mejorar las prácticas de comunicación científica y de promover una cultura científica pública. Al utilizar videos y las redes sociales, el proyecto Proarq Audiovisual intentó establecer un diálogo directo con el público interesado en la arqueología. El artículo contribuye a una mejor comprensión de la divulgación científica en este campo y propone el uso integrado del audiovisual y de las redes sociales como estrategias eficaces para difundir el conocimiento arqueológico.

**Palabras clave:** lenguaje audiovisual; redes sociales; divulgación científica; popularización de la arqueología; Proarq Audiovisual.

## APRESENTAÇÃO

A divulgação científica (DC) tem se popularizado na sociedade devido à crescente demanda por conhecimento técnico-científico e ao desejo da comunidade científica de expandir sua interação com a sociedade, visando estreitar as relações dos espaços de produção, dos mais distintos conhecimentos científicos, com os mais diferentes públicos. Isso possibilita a abertura de caminhos para a correção de equívocos e estereótipos associados à “sua ciência”, como também instrumentalizando a sociedade a um olhar crítico em tempos de pós-verdade (Alves-Brito; Massoni; Guimarães, 2020; Lima; Giordan, 2021).

Ao tratarmos do contexto brasileiro de produção científica arqueológica, temos uma necessidade cada vez mais urgente de entendimento da DC, compreendendo a sua importância, o seu alcance e as suas limitações. Alinhado a isso, cabe considerarmos a institucionalização de sua prática nos mais diversos espaços de produção de conhecimento arqueológico, visto sua relevância estratégica para as instâncias acadêmicas, gerando a demanda pelo desenvolvimento de estratégias de DC contínuas e efetivas com os mais diferentes públicos. Dentro desse complexo, e necessário, cenário de atuação da arqueologia, enviesada em seu aspecto comunicacional, que nos encontramos com a presente pesquisa.

O objetivo deste artigo científico será o de realizar uma análise crítica sobre o papel do audiovisual e das mídias sociais na atualidade, na difusão e popularização da arqueologia através do estudo de caso do projeto Proarq Audiovisual, iniciado em 2019 pelo programa de Pós-Graduação em Arqueologia (Proarq) da Universidade Federal de Sergipe (UFS), cujo autores participaram ativamente. Idealizado pelo prof. dr. Leandro Duran, o Proarq Audiovisual buscou a expansão do diálogo institucional (Proarq) com um público mais amplo por meio da produção de peças audiovisuais, explorando em suas narrativas as ações de pesquisa e ensino do programa de pós-graduação.

Logo, a partir desse estudo de caso, examinaremos as possibilidades e desafios da DC da arqueologia ligada a um espaço de produção acadêmica, além de avaliar como a linguagem audiovisual e as mídias sociais podem ser utilizadas de maneira eficiente para divulgar informações precisas e confiáveis para o grande público acerca da arqueologia brasileira, mas sobretudo auxiliando no processo de instrumentalização da sociedade sobre o funcionamento da “cadeia operatória” de produção do conhecimento arqueológico, corroborando com uma “blindagem” às fake news<sup>1</sup> e as pseudociências, a exemplo das “arqueologias proibidas”,<sup>2</sup> sendo, a mais recente, o caso de Ratanabá.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> No artigo, utilizo o termo fake news como uma derivação simplista e contemporânea do conceito de pós-verdade, buscando uma distinção dessas narrativas pseudocientíficas do conhecimento arqueológico formalmente (cientificamente) produzido, considerando que, no contexto atual, impulsionadas pelas mídias sociais, acabam atingindo um público maior que o atingido pelas instituições científicas (Santaella, 2021).

<sup>2</sup> Referência a uma estrutura narrativa tematizada em elementos conspiracionistas e especulativos e que se popularizou na internet por meio do livro *Forbidden Archaeology*, de Michael A. Cremo e Richard L. Thompson (1993). Essa obra questiona as teorias evolucionistas ao reunir evidências arqueológicas que atestam uma longínqua presença do ser humano na Terra, contrariando os posicionamentos da “ciência tradicional”. Em síntese, optou-se pelo jargão “arqueologias proibidas” para ilustrar as referidas narrativas que se popularizaram na internet, compartilhando quase sempre similaridades discursivas no que tange à aceitação de uma conspiração, liderada por um influente e poderoso grupo político-social, que busca superioridade e controle social das massas, bem como fundamentando suas “provas incontestáveis” em teorias de natureza ufológica e/ou criacionista (Rocha, 2022).

<sup>3</sup> Teoria difundida nas mídias sociais, principalmente em 2022, tendo grande espaço da mídia tradicional, acerca da suposta existência de uma cidade oculta chamada Ratanabá, localizada na região amazônica, que teria parte de sua extensão em Apiacás/MT, a cerca de mil quilômetros de Cuiabá. A utilização de teorias da conspiração como ferramenta política não é algo novo, entretanto, nos últimos anos, tem-se tornado cada vez mais prevalente entre grupos políticos extremistas. Um exemplo notório é a disseminação de uma narrativa

A DC se tornou uma prática popular na sociedade, facilitada com a revolução comunicacional promovida pelas novas tecnologias, sobretudo, pelas mais variadas formas de adaptação da linguagem audiovisual, voltada para os mais diferentes públicos e plataformas digitais. A produção de conteúdo, que visa construir uma cultura científica pública<sup>4</sup> é vital para a disseminação e o fortalecimento da ciência. Em parte, esse movimento é motivado pelo interesse de setores da sociedade interessados na divulgação e circulação do conhecimento técnico-científico e pela própria comunidade científica, que busca a legitimação de sua prática social, pela ampliação de suas formas de interlocução com o público leigo (Alves-Brito; Massoni; Guimarães, 2020; Bueno, 2010; Lima; Giordan, 2021).

Mesmo existindo divergências conceituais sobre as estratégias de tradução e de disseminação da informação científica entre pesquisadores e divulgadores científicos, é consenso a necessidade constante de melhorar a compreensão e de promover novas práticas e estratégias para a comunicação pública da ciência. Para tanto, é fundamental, e inevitável, que a DC seja produzida na interseção de esferas de criação ideológica, com a esfera da cultura científica, colaborando com outras áreas, a exemplo do audiovisual, como discutiremos a partir do estudo de caso aqui analisado (Lima; Giordan, 2021).

O Proarq Audiovisual foi idealizado compreendendo a linguagem audiovisual integrada a uma estratégia de distribuição e interação com seu público-alvo por meio das mídias sociais, como parâmetro de popularização da prática arqueológica e ensino da instituição, objetivando despertar o interesse de uma parcela da sociedade que não conhece o programa de pós-graduação. Em um primeiro momento, por meio da produção de vídeos com uma linguagem cinematográfica documental, buscou-se o registro e a divulgação da produção científica pelos docentes e discentes do Proarq, aproximando o público das atividades científicas desenvolvidas. Concomitantemente à elaboração e divulgação de produtos audiovisuais, a manutenção da presença ativa em redes sociais foi fundamental para ampliar o alcance das ações e produções do Proarq. Por meio de plataformas como Facebook, Instagram e YouTube, estabeleceu-se uma comunicação mais direta e constante com o público, divulgando notícias, eventos, projetos em andamento, gerando interação e engajamento com a comunidade interessada em arqueologia.

Com este artigo, pretende-se entender o Proarq Audiovisual não como um modelo a ser replicado por outras instituições, mas como um campo fértil de reflexão e discussão da natureza da DC, principalmente no que tange à formulação de práticas de disseminação e popularização do conhecimento arqueológico, por meio de uma linguagem audiovisual integrada às mídias sociais. A partir das problemáticas surgidas no desenvolvimento do projeto, das suas limitações e potencialidades, busca-se contribuir para uma melhora da compreensão dessa atividade e, conseqüentemente, fomentar a produção de novas práticas e estratégias para difusão e popularização da arqueologia.

---

fictícia sobre a existência de uma civilização perdida na Amazônia, que tem sido utilizada no debate político e circulado entre os grupos extremistas. Em um contexto de polarização tóxica e disseminação rápida de informações pelas mídias sociais, o potencial dessas teorias para influenciar a opinião pública é significativo. O caso do místico Urandir Fernandes de Oliveira, cujas teorias foram desmentidas pela imprensa, mas ainda assim tem inúmeros seguidores que acreditam em extraterrestres e na teoria da “terra convexa”, ilustra o poder das teorias da conspiração em mobilizar as pessoas. Além disso, há a preocupação com o ressurgimento de uma história distorcida, conhecida como “Ratanabá”, que adultera uma descoberta científica sobre civilizações antigas na Amazônia. Esses exemplos demonstram a importância de combater a disseminação de informações falsas e teorias conspiratórias para manter uma sociedade informada e crítica (Biernath, 2022).

<sup>4</sup> Entende-se aqui a ideia de público no sentido de “para todos”, uma conduta acessível a todas as pessoas ou a algum setor específico da sociedade.

## AS PRIMEIRAS INTERSEÇÕES: A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA E A ARQUEOLOGIA

A premente dificuldade em difundir e popularizar o conhecimento científico produzido não é uma exclusividade da arqueologia, mas uma realidade compartilhada por toda a ciência brasileira. Para um pleno desenvolvimento da DC é preciso superar as tradicionais barreiras comunicacionais, inclusive o distanciamento do(a) cientista em relação à socialização das práticas acadêmicas, gerando uma incapacidade do divulgador(a) científico(a) para (re)codificar o discurso acadêmico, comprometendo o processo de entendimento da cultura científica (Manso, 2012).

A divulgação científica no Brasil teve início no século XIX com os periódicos científicos e evoluiu ao longo do século XX com instituições, revistas populares, programas educacionais e iniciativas diversas. Atualmente, a prática se expande para plataformas digitais, como YouTube, podcasts e redes sociais, com canais independentes e institucionais diversificando temas e promovendo a popularização da ciência. Nesse sentido, buscando um entendimento do cenário atual da DC no Brasil, observamos as contribuições recentes, as quais revelam um cenário dinâmico e em constante modificação (Bueno; Fonseca, 2021; Santos; Müller, 2022).

As áreas da ciência mais abordadas pelos divulgadores científicos brasileiros abrangem temas gerais e multidisciplinares, incluindo tecnologia, saúde, meio ambiente, física, química, biologia e astronomia, entre outros, tendo uma menor produção para as ciências humanas. A diversidade temática reflete o interesse em atrair diferentes públicos, no sentido de configuração de uma cultura científica para combater a disseminação de informações falsas. Contudo, a falta de tempo e de recursos financeiros é o principal desafio para os profissionais e os divulgadores científicos. A escassez de tempo impacta na produção regular de conteúdo e na interação com o público, enquanto a falta de recursos financeiros limita a qualidade e o alcance da divulgação científica. Quanto às principais redes sociais, YouTube, Twitter (atual X), Facebook e Instagram são as preferidas pelos divulgadores. Cada plataforma oferece recursos específicos, com o YouTube se destacando em conteúdo em vídeo, o Twitter em notícias em tempo real, o Facebook em interação e o Instagram em compartilhamento audiovisual. Em síntese, o panorama da divulgação científica no Brasil revela avanços significativos, mas também desafios a serem superados. A diversificação de temas e a busca por diferentes plataformas indicam uma adaptação constante aos meios de comunicação contemporâneos. A falta de tempo e de recursos destaca a necessidade de apoio institucional e de políticas públicas para fortalecer essa prática essencial para aproximar a ciência da sociedade (Bueno; Fonseca, 2021; Santos; Müller, 2022).

Na arqueologia brasileira, temos uma escassa prática da DC, na maioria proveniente das mesmas “barreiras” de outrora, compartilhadas por outras ciências. Contudo, temos as nossas idiosincrasias, que levam à atual impopularidade da arqueologia com grande parcela da sociedade, resultante dos desentendimentos conceituais das práticas, ou estratégias, comunicacionais dessa ciência (DC, educação patrimonial e arqueologia pública) e pela falta de parâmetros normativos que balizem uma conduta efetiva da DC, nos casos em que é exigida sua aplicação em pesquisas arqueológicas. Para um vislumbre da problemática existente em relação à DC e à arqueologia brasileira, cabe pontuar as constatações feitas pela pesquisadora Glória Tega-Calippo (2012) ao analisar o processo de comunicação do conhecimento arqueológico em reportagens e notícias publicadas na Folha de S.Paulo entre 2000 e 2010.

Com base na análise do discurso de linha francesa, Tega-Calippo (2012), realizou a seleção e a comparação de 935 textos publicados entre 2000 e 2010 com os levantamentos de portarias de autorização emitidas para pesquisas arqueológicas realizadas. A análise quantitativa desses textos mostrou que o número de matérias publicadas sobre pesquisas realizadas no mundo ainda é muito maior do que o número de matérias que abordam pesquisas feitas no Brasil. Além disso, o número de textos publicados na *Folha de S.Paulo* não acompanhou o grande crescimento das pesquisas em arqueologia realizadas no país. Isso pode ser devido ao desinteresse dos

arqueólogos em divulgar suas pesquisas ou à falta de conhecimento dos jornalistas sobre o assunto. A *Folha de S.Paulo* tendeu a se concentrar em pesquisas científicas em lugares como Lagoa Santa, Serra da Capivara ou Floresta Amazônica e em descobertas antigas e grandiosas. A palavra “antigo” e suas variações estão quase sempre presentes nos textos publicados no jornal sobre pesquisas arqueológicas realizadas no Brasil. Apesar do trabalho da Tega-Calippo (2012) focar na DC realizada por jornalistas em veículos tradicionais de difusão, no caso, a mídia impressa, acessa uma realidade compartilhada para outras variações da difusão do conhecimento arqueológico, atualmente realizada de maneira (in)formal, nas linguagens audiovisuais determinadas pelas mídias sociais. Mesmo depois de uma década do trabalho de Tega-Calippo, é notável a dificuldade existente da comunidade arqueológica em promover estratégias para popularizar o conhecimento por ela produzido, bem como a expectativa estereotipada do público em relação à ciência, ainda muito presa no “fetiche” do objeto arqueológico ou da “grande descoberta”.

Em grande parte, as visões distorcidas da arqueologia resultam de processos mais amplos de configuração de uma *tecnocultura* que conformam a sociedade a partir de uma ótica colonialista que desconsidera aspectos locais, bem como os legados históricos de grupos sociais indígenas e de matriz africana. A *tecnocultura*, constituída pelo mercado e meios de comunicação, implicam uma transformação das formas tradicionais de socialização, gerando, no indivíduo, uma condição antropológica e de configuração de um novo tipo de relacionamento individual com a concretização de novas verdades. Do ponto de vista midiático tradicional, televisão e entretenimento, o poder da *tecnocultura* é homólogo à hegemonia norte-americana no Ocidente de produzir a maior parte dos objetos da economia midiática e de atrair as consciências para uma forma de vida sempre modernizadora, por vias do liberalismo democrático e do consumo. Assim, a lógica dos processos de mídia, desde fins do século XIX, associa-se a uma propaganda da dinâmica de vida norte-americana, que, com a expansão globalizante dos Estados Unidos, exacerbou-se a uma dimensão imperial do poder desse país sobre o resto do mundo por meio de um processo midiático com molduras neoliberais de homogeneização (Sodré, 2009).

Desse modo, sendo consumidores de uma cultura popular ocidental de visões da arqueologia, por meio do consumo de filmes, jogos e outros produtos midiáticos, comumente nossa sociedade absorve estereótipos da ciência arqueológica pré-fabricados, que foram divididos por Cornelius Holtorf (2007) em quatro categorias principais: o arqueólogo como aventureiro; o arqueólogo como detetive; o arqueólogo fazendo revelações profundas; e o arqueólogo cuidando de sítios e descobertas antigas. Nenhum dos quatro temas leva o passado particularmente a sério. Principalmente, o arqueólogo é retratado não em relação à sua capacidade real de descobrir o que aconteceu no passado, mas em relação a certas qualidades que estão associadas a essa ambição básica. O fenômeno de que o objeto e os resultados dos estudos científicos podem parecer menos interessantes do que o desejo e o processo de estudo em si não são exclusivos da arqueologia. Ocorrem também em muitas outras ciências que apresentam “mistérios não resolvidos”, trabalho de campo aventureiro, buscas por evidências e perspectivas de grandes revelações, entre outros temas populares.

Em relação às visões distorcidas da arqueologia, o nosso desafio é posto no sentido de captar esses estereótipos e os ressignificar em prol da construção de uma cultura científica, auxiliando na manutenção de uma mentalidade que compreenda as esferas políticas do patrimônio cultural e a sua preservação. Logo, para superarmos esse desafio, devemos considerar o ponto da dificuldade do(a) pesquisador(a) em ser um(a) divulgador(a), bem como da fundamental necessidade que isso ocorra, para que a mensagem seja transmitida sem cair nos erros das pré-noções da arqueologia pelas mídias tradicionais (Bueno, 2010).

Cabe pontuar que existe, no campo da DC, a polêmica sobre se a divulgação seria melhor realizada pelos próprios pesquisadores, personagens com mais afinidade e conhecimento das suas produções. Contudo, há que se considerar que, na maioria, falta habilidade e prática comunicativa para estabelecer estratégias efetivas de popularização da ciência, além da falta de componentes

nas formações (graduação e pós-graduação) que atuem na capacitação para fins comunicativos da ciência (Bueno, 2010; Manso, 2012).

Nota-se atualmente movimentos visando alterar a realidade de escassez da DC em arqueologia no Brasil. Muitos laboratórios e instituições de pesquisa em arqueologia já tem presença digital em diferentes plataformas, realizando divulgações de suas pesquisas e trabalhando na construção de noções básicas para um público mais amplo. Também podemos observar pesquisadores independentes que têm se especializado em atuar profissionalmente na produção de conteúdo de DC para a internet (Moreno de Sousa, 2018). Apesar dos esforços, a desproporcionalidade de pesquisas em relação às ações comunicativas da arqueologia é gritante, como apontado em 2012 por Tega-Calippo. Com a presente pesquisa não pretendemos analisar esse aspecto, ainda que seja importante de ser analisado, mas, a partir do estudo de uma experiência local, o Proarq Audiovisual, refletirmos sobre os caminhos tomados pela produção audiovisual e a utilização das mídias sociais e como elas podem ensejar práticas efetivas para difusão e popularização do conhecimento arqueológico na continuidade do próprio projeto.

Como mencionado previamente, nota-se uma confusão conceitual no contexto brasileiro sobre as práticas/estratégias comunicacionais da arqueologia (DC, educação patrimonial e arqueologia pública), principalmente no que tange às suas particularidades, alcances, estruturas, linguagens e públicos. Uma questão transversal nelas todas, que buscaremos trabalhar mais adiante, é a possibilidade de integração da linguagem audiovisual como facilitador e meio na socialização da cultura científica. No entanto, o emprego da linguagem audiovisual varia de acordo com cada tipo de prática comunicativa realizada. Como em nosso estudo de caso, centraremos no emprego desse aparato comunicacional para fins de DC, considerando necessário explorar conceitualmente esse campo da comunicação.

Em primeiro lugar, precisamos diferenciar a comunicação científica da divulgação científica. A comunicação científica é a transferência de informações especializadas para especialistas. A divulgação científica é a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações para o público leigo. O público-alvo da comunicação científica está familiarizado com o método científico, reconhecendo sua validação pela comprovação empírica, enquanto o público da divulgação científica apresenta equívocos e percepções difusas sobre ciência e tecnologia (C&T), individualizando e romantizando a produção científica. A comunicação científica utiliza jargão técnico e pressupõe que o público compartilha os mesmos conceitos. A divulgação científica precisa recodificar o discurso especializado por meio de recursos, como metáforas e ilustrações, tornando-o acessível ao público leigo (Bueno, 2010).

Porém, os pesquisadores da área ainda não chegaram a um consenso quanto à natureza da produção conhecida como divulgação científica (DC). Alguns a entendem como um tipo de tradução ou simplificação discursiva que transforma um discurso científico em uma linguagem acessível e familiar ao público leigo. Por outro lado, há quem interprete a DC como um gênero discursivo próprio, com suas próprias estruturas composicionais, unidades temáticas e estilos. Independentemente dessas diferenças, o divulgador científico tem o importante papel de traduzir a linguagem específica da ciência para uma linguagem comum aos interlocutores, contribuindo para massificar o acesso ao conhecimento científico. A DC é uma função do discurso científico que ocorre por meio do disseminador, que desempenha um papel central no processo de divulgação. Essa relação entre a DC e o discurso científico enfatiza a distância entre os especialistas, no topo da cadeia comunicativa, e o público leigo, na outra ponta. Assim, cabe ao divulgador científico a importante função de reunir os discursos dos especialistas e dos leigos, contribuindo para uma maior compreensão e disseminação do conhecimento científico (Lima; Giordan, 2021).

Não é recente o interesse pela mercantilização do conhecimento científico, visto a demanda do público consumidor, sejam eles leigos ou especialistas. Nos últimos anos, ocorre um intenso debate em torno da importância da DC para os periódicos brasileiros, bem como na amplitude e confluências

do seu conceito. Como discutimos antes, o termo “divulgação científica” tornou-se sinônimo do ato de transmissão de conhecimento científico para um público leigo no assunto. Contudo, é essencial acrescentarmos a ideia que a DC também mira nos pesquisadores enquanto público-alvo, por ser uma prática social ampla em seus objetivos e formas de abordagem. Nas últimas décadas, livros, canais de TV, revistas e enciclopédias são empreendidas pensando nesse vasto público, que inclui “iniciados e não iniciados”. Embora a DC tenha acompanhado a pesquisa científica por séculos, as mudanças na ciência como instituição modificaram sua relação com a sociedade (Massola; Crochík; Svartman, 2015).

O conhecimento científico, sobretudo o arqueológico, pode servir a interesses específicos de dominação e a disseminação da ciência para justificar a imagem ideológica da sociedade como um todo homogêneo e coeso, bem como atender agendas políticas, vide o caso de Ratanabá. A tradução de ideias científicas para o leigo pode distanciar o público do conhecimento e a divulgação de resultados sem apresentar o método pode resultar em uma fetichização do conhecimento sem substância. Os efeitos negativos da divulgação científica, podem levar à fetichização do conteúdo científico, impedindo o pensamento crítico e a compreensão do público leigo. Nesse sentido, a DC opera na oposição de dois sujeitos: o produtor do conhecimento científico e o consumidor do conhecimento científico. A própria atividade de DC pode ser responsável pelo mal que ela busca combater e pede uma reflexão sobre a relação entre ciência e sociedade para tornar o conhecimento científico acessível sem deturpá-lo e/ou mercantilizá-lo (Massola; Crochík; Svartman, 2015).

Contudo, acreditamos que o único caminho para a efetividade e o alcance das ações de DC dependem de sua institucionalização e do apoio sistemático por parte do poder público (Natal; Alvim, 2018). A DC e a pesquisa exigem apoio social para obter financiamento e prestígio, mas os pesquisadores também priorizam seu próprio acúmulo de capital científico em detrimento da popularização da ciência para o amplo público. Isso prejudica a compreensão da ciência e a alfabetização científica da sociedade. Portanto, é essencial disseminar a prática comunicativa da C&T na comunidade acadêmica, por meio do estabelecimento de disciplinas, laboratórios e projetos (a exemplo do Proarq Audiovisual), que garanta o estabelecimento de uma relação de transparência e a participação dos cidadãos na pesquisa nacional (Manso, 2012).

Nem todo(a) pesquisador(a) precisará tornar-se um(a) divulgador(a), mas deverá ter clareza sobre sua responsabilidade política, social e ética em encontrar meios de difusão do conhecimento produzido para um público mais amplo do que os seus pares e os espaços convencionais de circulação. Será inevitável não prever, em suas pesquisas e projetos, divulgadores científicos especializados na tradução das informações próprias de determinada área do conhecimento. Em síntese, precisamos considerar a formação de profissionais de arqueologia que sejam especialistas em DC, desenvolvendo neles habilidades de produção de conteúdo (vídeos, podcasts, *social media*, fotografia etc.) da mesma forma que tradicionalmente são especializados na leitura de artefatos arqueológicos (líticos, cerâmicos, entre outros). No desenrolar desse processo, todo(a) pesquisador(a) será convocado para a “ação comunicativa”, podendo ajudar na superação dos tensionamentos existentes no processo de difusão da informação, identificando pontos comuns para a melhor veiculação da cultura científica.

A teoria da ação comunicativa (TAC), baseada nas ideias do filósofo alemão Jürgen Habermas, é uma estrutura útil para gerenciar tensões e conflitos entre divulgadores e pesquisadores. Quando a comunicação é orientada para o entendimento, ela cria a ação comunicativa, em que todos os atores envolvidos reconhecem as posições uns dos outros e desenvolvem um plano de ação que favorece o acordo. Entretanto, quando as relações são baseadas em objetivos individuais, ocorre a ação estratégica, que desconsidera os propósitos dos outros e reduz a linguagem a um mero meio de informação. Para que a ação comunicativa ocorra, é preciso estabelecer processos democráticos e cooperativos, sem imposições ou manipulações. Todos os personagens envolvidos são

caracterizados como primeira, segunda ou terceira pessoa, sendo as duas primeiras intersubjetivas e a última como observadora. Ao reconhecer as propostas uns dos outros e vincular suas ações a elas, pesquisadores e divulgadores podem evitar conflitos e interrupções na interação (Manso, 2012).

Por outro lado, não podemos desconsiderar como um fator importante nesse quadro de configuração da DC em nosso país a situação de precariedade para o desenvolvimento de pesquisas. A maior parte das pesquisas científicas realizadas no Brasil é financiada por recursos públicos, geridos por ministérios, instituições públicas de ensino superior e agências de fomento à pesquisa, entre outros. Quase sempre a quantidade de recursos empregados para as pesquisas mal supre a tarefa primordial de produção do conhecimento científico, tornando secundária a sua difusão. Porém, temos que encontrar meios, pois o retorno da produção científica à sociedade torna-se um compromisso ainda mais imperativo, visto serem resultados dos tributos civis, em grande parte da esfera nacional. Nesse sentido, a comunicação pública da ciência também deveria ser potencializada e institucionalizada (Natal; Alvim, 2018).

Ao utilizarmos da DC na arqueologia visamos estimular a reflexão, a interação e a compreensão dessa ciência, bem como incentivar a disseminação de informações científicas geradas pelos arqueólogos para a sociedade (Dias *et al.*, 2013). Para isso, é necessário utilizar recursos que tornem a linguagem especializada e codificada do cientista em algo mais acessível e compreensível para o público leigo. A linguagem audiovisual pode ser um desses recursos por permitir explorar os aspectos dinâmicos, ilustrativos e visuais da arqueologia, como os processos de trabalho em campo, as ferramentas e as peças encontradas e os temas das pesquisas (Dias *et al.*, 2013).

Antes de aprofundarmos a transversalidade e a contribuição da linguagem audiovisual com a arqueologia, temos que pontuar uma questão importante sobre o contexto normativo da prática da DC em pesquisas arqueológicas brasileiras. Atualmente, contamos com a vigência de normativas, especificamente a Portaria nº 7/1988 e a Instrução Normativa (IN) nº 1/2015 — ambas do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), que reforçam a necessidade do desenvolvimento de estratégias de difusão do conhecimento produzido pelas pesquisas arqueológicas em território nacional.

A relação comunicativa, arqueologia, educação e divulgação passa a ter uma maior atenção a partir de 1 de dezembro de 1988 com a publicação da Portaria nº 7, do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN) — atual IPHAN. Em seu artigo 5º, inciso IV, a normativa demanda dos pedidos de autorização de pesquisa arqueológica a necessidade de apresentação de uma “proposta preliminar de utilização futura do material produzido para fins científicos, culturais e educacionais”. Da mesma forma, segundo o inciso VII do artigo 11, nos relatórios técnicos das pesquisas, deve-se apresentar a “indicação dos meios de divulgação da pesquisa”. No entanto, nenhuma outra norma técnica ou documento foi gerado desde então, no sentido de esclarecer quais os critérios balizadores das propostas de difusão do conhecimento produzido.

Em 17 de dezembro de 2002, o IPHAN publicou a Portaria nº 230, que desempenhou um papel crucial ao enfatizar a importância da educação patrimonial em projetos de arqueologia incluídos nos processos de licenciamento ambiental (Carneiro, 2014; Cerqueira *et al.*, 2006). Mesmo com a vigência da Portaria nº 230, a falta de balizas normativas para esse tipo de atividade levou ao desenvolvimento de uma série de projetos de educação patrimonial sem qualidade, objetivos e públicos definidos (Baima; Boiondo; Nito, 2015). Dessa forma, grande parcela dos projetos se limitaram à produção de material expositivo, como cartilhas e palestras, e os projetos educativos acabam se voltando só para divulgação dos dados, “acalmado” o público impactado e quase sempre executados de forma isolada (Carneiro, 2014).

Soma-se à situação, com o passar das últimas duas décadas, o aumento das pesquisas no licenciamento em relação às desenvolvidas em meios acadêmicos, evidenciando-se uma deficiência dos projetos de arqueologia com as questões voltadas à educação patrimonial e DC.

Vale destacar que, com o intuito de melhorar a situação comunicativa da arqueologia, tentou-se uma melhor definição técnica sobre os itens essenciais para esses projetos e para tentar preencher algumas das lacunas deixadas pela Portaria nº 230, substituindo-a pela IN nº 1, de 25 de março de 2015, a qual passou a exigir, para determinados níveis de empreendimentos, o Projeto Integrado de Educação Patrimonial, a ser implementado ao mesmo tempo (e desde o início) do processo de licenciamento, buscando, mediante uma padronização, o aumento da qualidade técnico-científica, dando parâmetros mínimos para as ações. Também será a primeira vez que o termo “divulgação científica” será vinculado às pesquisas, quando determina a necessidade de apresentação da “proposta preliminar das atividades relativas à produção de conhecimento, divulgação científica e extroversão” para os projetos de pesquisa arqueológica preventiva e nos projetos de salvamento arqueológico.

Contudo, diferentemente do que foi feito em relação à educação patrimonial, criando critérios balizadores de qualidade, com a definição de público-alvo, objetivos, metodologia, entre outros fundamentos para a prática comunicativa com fins educacionais, a DC continua sem definição clara de qual é a sua função nas pesquisas arqueológicas. Devemos pontuar que a falta de normativas técnicas, ou a existência de lacunas nas normas vigentes, são um dos principais fatores que levam à precarização do trabalho arqueológico, principalmente no licenciamento ambiental, devido ao protagonismo que hoje exercem essas pesquisas em termos quantitativos.

Precisamos criar precedentes que auxiliem em uma maior abertura da comercialização de programas mais bem fundamentados e estruturados, exigindo um custo, ou investimento, que seja destinado à prática comunicativa da arqueologia. Com as exigências da IN nº 1/2015 para o projeto de educação patrimonial, notaremos, aos poucos, maiores oportunidades de termos o financiamento de projetos com maior qualidade, mas quando tratamos das ações de DC, exigidas em mais fases de pesquisa que a educação patrimonial, ainda continuamos sem critérios qualitativos normativamente definidos, limitando a gama de possibilidades de conteúdos que podem ser desenvolvidos para esse fim.

Se não tivermos normativas de maior abrangência às nossas necessidades, e se também não houver uma maior sensibilidade dos profissionais do IPHAN na avaliação desses itens nos projetos e relatórios de pesquisa, ficará cada vez mais difícil inserirmos no mercado do licenciamento ambiental, onde atualmente temos uma maior possibilidade de captação de recursos financeiros, uma mentalidade de boas práticas para as questões de difusão e popularização da arqueologia.

## AS OUTRAS INTERSEÇÕES: A LINGUAGEM AUDIOVISUAL E A ARQUEOLOGIA

Não é consensual um conceito do que seja a linguagem audiovisual. Segundo a *Enciclopédia INTERCOM de comunicação* não há conceito de forma isolada, mas o termo é usado na explicação de outros conceitos, como “arte cinematográfica”, “audiovisual”, “cinema”, “cultura audiovisual” e “documentário na televisão”. Os autores da *Enciclopédia* não fornecem uma compreensão clara do significado de “linguagem audiovisual”, e o conceito não é apresentado como uma reflexão estruturada, contudo, de forma generalista de ver o conceito na pesquisa em comunicação, podemos dizer que essa forma de linguagem está fortemente ligada à ideia de cinema e se refere à base expressiva de todas as tecnologias derivadas dele (Melo, 2010).

Destarte, ao explorarmos a ideia de cinema como uma entidade dotada de linguagem, observamos que muitos teóricos exploraram esse viés, dando suas próprias perspectivas sobre o que constitui a linguagem cinematográfica e como ela deve ser analisada. Jean-Claude Bernardet (1980) e Ismail Xavier (2005) são dois teóricos que discutiram a ideia de linguagem cinematográfica, mas com base em princípios diferentes. Bernardet discute a construção de gramáticas para a linguagem cinematográfica, enquanto Xavier contrasta a opacidade e a transparência no discurso do cinema. Segundo este, o cinema não é apenas dotado de linguagem, mas também configura

discursos e carrega a estética e a lógica de seu produtor. Marcel Martin (2005) também apresenta uma gramática da linguagem cinematográfica e argumenta que o cinema é uma linguagem porque é um processo de conduzir uma narrativa e transmitir ideias. Martin enumera os elementos que constituem a linguagem cinematográfica, reconhecendo também a influência da perspectiva do cinema estético-ideológico proposto pelo cineasta soviético Serguei Eisenstein. Entretanto, apesar das tentativas de definir o cinema como uma linguagem, ou um fenômeno dotado de linguagem, ainda há discordância entre os teóricos sobre o que exatamente constitui o cinema. Embora haja discordância, todos concordam que a ideia de linguagem permeia os conceitos articulados por eles. Alguns o consideram uma linguagem de arte ligada a outros sistemas de significados, enquanto outros se concentram em seus processos narrativos e de edição.

De *Indiana Jones* ao documentário sobre um contexto arqueológico específico, a linguagem audiovisual tem a possibilidade de se integrar de diferentes formas, bem como com diferentes abordagens de trabalhar o conhecimento em suas narrativas. Um exemplo de abordagem da arqueologia pela linguagem audiovisual documentária é o filme *A caverna dos sonhos esquecidos*, do diretor alemão Werner Herzog, que apresenta as pinturas rupestres da caverna de Chauvet, na França, consideradas as mais antigas do mundo. O filme capta a beleza dos desenhos e o admirável interior da caverna, onde apenas poucos cientistas têm permissão para entrar (Dias *et al.*, 2013). Uma abordagem documental poética extremamente sensível e informativa.

Portanto, a linguagem audiovisual é uma forma de comunicação que pode ser utilizada para divulgar o conhecimento científico produzido pela arqueologia, bem como valorizar o patrimônio cultural e a memória coletiva. Ao utilizar imagens e sons, a linguagem audiovisual pode despertar o interesse e a curiosidade do público pelo tema, além de facilitar a compreensão dos conceitos e das metodologias dessa ciência, possibilitando a construção coletiva de uma cultura científica.

Nesse contexto, a utilização de mídias digitais, como redes sociais e recursos audiovisuais, vem sendo considerada como uma alternativa promissora para a difusão do conhecimento arqueológico, o que tem se refletido na crescente produção de conteúdo arqueológico na internet. Esse fenômeno é impulsionado pela ampla acessibilidade e facilidade de compartilhamento das informações por meio dessas plataformas. Segundo Marinho (2021, p. 31), “as mídias sociais têm se mostrado ferramentas promissoras para a promoção do patrimônio arqueológico, permitindo uma ampla divulgação das pesquisas e das descobertas realizadas pelos arqueólogos”. Para ele, as mídias sociais representam um importante meio de comunicação entre os pesquisadores e a sociedade, permitindo a divulgação de informações relevantes e o compartilhamento de conhecimento especializado. Ademais, a disseminação do conhecimento arqueológico por meio das mídias sociais pode contribuir para a valorização do patrimônio cultural e para o fortalecimento da identidade dos povos. Além disso, o audiovisual é uma ferramenta fundamental para a difusão do conhecimento arqueológico, permitindo a apresentação de informações complexas de forma acessível e didática, atraindo a atenção do público para questões que, muitas vezes, passam despercebidas. Atualmente, nota-se que a produção de vídeos e documentários sobre a arqueologia tem sido explorada em diferentes plataformas digitais, como o YouTube e o Instagram.

A produção de conteúdo arqueológico em plataformas de mídia social e audiovisual apresenta obstáculos e perigos que devem ser reconhecidos pelos estudiosos. Entre essas dificuldades, destaca-se a produção de materiais de qualidade que transmitam informações precisas e confiáveis sobre o patrimônio cultural. Além disso, é imperativo considerar questões éticas e preservacionistas relacionadas ao patrimônio para evitar a divulgação inadequada do conhecimento arqueológico, o que pode prejudicar a integridade dos sítios e artefatos (Tega-Calippo, 2012).

Além de auxiliar no impulsionamento de informações, as mídias sociais também auxiliam no processo de desinformação através do compartilhamento de informações falsas. Fatores como as “curtidas”, “compartilhamentos” e “comentários”, bem como a confiança interpessoal entre grupos on-line, legitimam as postagens feitas na internet, favorecendo a circulação de

desinformação, ao ponto desta, em contextos de polarização social, ofuscar o papel do jornalismo e da DC (Santaella, 2021). É uma situação complexa e que gera debates políticos constantes no país, a exemplo do Projeto de Lei (PL) nº 2.630, de 2020, que

estabelece normas relativas à transparência de redes sociais e de serviços de mensagens privadas, sobretudo no tocante à responsabilidade dos provedores pelo combate à desinformação e pelo aumento da transparência na internet, à transparência em relação a conteúdos patrocinados e à atuação do poder público, bem como estabelece sanções para o descumprimento da lei.

Precisamos enfatizar a importância da reflexão crítica sobre o papel das plataformas de mídia social e audiovisual na produção e disseminação do conhecimento arqueológico. Mas é necessário ponderarmos sobre a relação entre a produção de conteúdo arqueológico e a construção de significados que circulam na sociedade, os quais podem ser influenciados pelas características peculiares das mídias sociais e audiovisuais, assim como pelas representações culturais predominantes (Tega- Calippo, 2012). Com base nessas reflexões, é possível elaborar estratégias para fomentar a arqueologia nas plataformas de mídia social e audiovisual, levando em consideração a importância da divulgação do conhecimento científico aliada à ética e à preservação do patrimônio cultural: “É necessário que os pesquisadores produzam conteúdo que transmita informações precisas e confiáveis, ao mesmo tempo em que desperte o interesse e a curiosidade da população em relação ao patrimônio cultural” (Tega-Calippo, 2012, p. 21).

É de suma importância destacar que a produção de conteúdo sobre arqueologia na internet exige uma abordagem cuidadosa e responsável, fundamentada em critérios éticos e metodológicos adequados. Conforme ressaltado por Silva (2017), a arqueologia digital apresenta um desafio para os pesquisadores, dada a complexidade das questões relacionadas à preservação do patrimônio cultural, à privacidade dos sujeitos envolvidos e à interpretação dos dados arqueológicos. A difusão do conhecimento arqueológico por meio das redes sociais pode apresentar desafios, principalmente no que tange à qualidade da informação e à salvaguarda do patrimônio cultural. Para tanto, torna-se imprescindível estabelecer critérios éticos e metodológicos para a produção de conteúdo arqueológico, garantindo a confiabilidade e a veracidade das informações divulgadas.

#### PROARQ AUDIOVISUAL: ESTUDO DE CASO

Com o intuito principal de divulgação das ações de pesquisa e ensino do Programa de Pós-Graduação em Arqueologia da Universidade Federal de Sergipe (Proarq-UFS), o projeto Proarq Audiovisual foi inicialmente pensado como uma série de conteúdos audiovisuais, vídeos de curta-metragem (tempo de duração inferior a 15 minutos), com o enfoque em sua distribuição através da plataforma YouTube. Nesse sentido, o projeto surge como um impulso do programa de pós-graduação em institucionalizar uma prática de divulgação e popularização da arqueologia, paralelamente gerando uma presença digital do programa nas mídias sociais, até então uma grande deficiência existente para a instituição.

Pensar a criação de conteúdos audiovisuais implicava pensarmos os meios de distribuição e veiculação do que seria produzido, tanto por questões narrativas e de adaptação da linguagem quanto por questões estratégicas de acessibilidade do público-alvo almejado. Aspirando esse objetivo, criou-se a identidade visual do programa e do projeto, elaborada por Luis Felipe Freire Dantas Santos, autor do presente artigo, membro do projeto e também responsável pela direção e edição da série de vídeos. Criaram-se também, nas mídias sociais, as contas do programa de pós-graduação, no YouTube ([www.youtube.com/@proarqufs](http://www.youtube.com/@proarqufs)) e no Instagram ([www.instagram.com/proarq\\_ufs](http://www.instagram.com/proarq_ufs)).

**Figura 1.** Variações da identidade visual criada para o Proarq-UFS e o projeto Proarq Audiovisual.



Fonte: Proarq-UFS, 2019.

A parte de produção do projeto contou com a participação dos docentes Leandro Duran e Daniela Magalhaes Klökler, e dos discentes Luis Felipe Freire Dantas Santos (Proarq-UFS) e Adriano da Silva Ferreira (Darq-UFS). O desenvolvimento da série (pré-produção) foi iniciada em julho e agosto de 2019, concomitantemente à criação da identidade visual e das contas nas redes sociais. Como o objetivo inicial era o de atingir um público já iniciado na arqueologia ou com interesse na temática, a fim de apresentar o programa como uma possibilidade para o ingresso de novos(as) pesquisadores(as). A série audiovisual adotou uma linguagem cinematográfica documental, com características narrativas ligadas à modalidade de representação definida por Bill Nichols (2008) como modo participativo, optando pela criação de uma linguagem narrativa que aproxima o público do interlocutor apresentado em tela.

Em seu estudo sobre o gênero cinematográfico, Nichols define as modalidades de representação no documentário e como elas evoluíram ao longo do tempo, destacando quatro modalidades principais: expositiva, observativa, participativa e reflexiva. Cada uma delas têm características distintas e abordagens específicas para retratar a realidade. Essas modalidades surgem como padrões organizativos dominantes que estruturam a maioria dos documentários. O modo participativo busca uma interação mais direta entre o realizador e os indivíduos retratados, empregando entrevistas e táticas participativas, colocando o público no lugar do criador ao atraí-lo para a posição de entrevistador, na relação dialógica estabelecida em tela com o entrevistado.

Ao desenvolvermos a ideia de criação de uma série com características da linguagem do documentário de modo participativo, moldado a partir do registro da interlocução com pesquisadores da instituição, adotamos uma estratégia de roteiro aberto, que se resolve, em grande parte, na pós-produção (montagem), contudo, guiado por um questionário semiestruturado para controle dos rumos dos assuntos objetivados para a obra.

No documentário, ao contrário do filme de ficção, o controle sobre o universo de representação é adquirido gradualmente pelos responsáveis pela concepção da obra audiovisual. Inicialmente, buscaram-se elementos externos ao cineasta através de negociações prévias para viabilizar o registro. Esse processo marca o início de uma troca entre o “eu” (criador) e o “outro” envolvido na história. A captura desse intercâmbio, conduzida pelo diretor, e a condução da entrevista, torna-se fundamental para a construção de uma narrativa. Uma vez que todo o material captado será formatado para construção do discurso da obra audiovisual, o processo de montagem será o momento de pleno controle sobre o universo de representação do filme. É nessa etapa que todas as decisões finais são tomadas para construir a narrativa e a mensagem pretendida pelo documentário. Logo, a entrevista tem como foco conduzir o entrevistado a assuntos que são almejados e idealizados pelo autor, ou seja,

o percurso é marcado pela perspectiva daquilo que está por vir, a captura de um real que gradualmente vai sendo moldado até se transformar em filme. Estamos falando da construção de um discurso sedimentado em ocorrências do real. Se existe um discurso, o filme, quer seja ele narrativo ou não, existirá sempre alguém que o profere, um sujeito da enunciação (Soares, 2007, p. 21).

Nesse sentido, houve a necessidade de se pensar em dois roteiros de entrevistas, sendo um para discentes e docentes e um para coordenadores de laboratório. Enquanto o primeiro focava em explorar as experiências do entrevistado no programa, bem como suas motivações para com a arqueologia e a escolha da instituição, o segundo roteiro focava na apresentação da estrutura dos laboratórios ligados ao Proarq. Ambos os roteiros tinham como objetivo atingir um interesse de um público mais amplo, porém ainda vinculado ao universo acadêmico, já que explorava pontos atrativos da instituição para o estímulo do ingresso de novos estudantes. Segue abaixo a estrutura dos roteiros de entrevistas.

#### **Roteiro #1: Laboratório**

Qual o papel do laboratório?

Como ele atua na formação de arqueólogos?

Quais as linhas de pesquisa por ele desenvolvidas?

Qual a relevância de laboratórios de arqueologia diante do atual cenário político-social?

Quem são os pesquisadores envolvidos e como funciona a divisão das funções?

#### **Roteiro #1: Discentes e docentes**

O que te motivou a ingressar na Universidade Federal de Sergipe (UFS)?

O que te motivou a participar do Programa de Pós-Graduação em Arqueologia da UFS?

Qual a sua temática de estudo?

Qual a relevância do seu papel para a transformação da sociedade?

O que é arqueologia?

Qual a importância da arqueologia?

Qual o perfil dos seus professores?

Quais áreas/temáticas costuma pesquisar?

Quais transformações são necessárias em um futuro próximo diante do cenário político/social atual?

Foram realizadas dezessete entrevistas de docentes e discentes, além dos coordenadores de três laboratórios. Contudo, devido às limitações para a pós-produção, principalmente a falta

de equipe técnica e as complicações geradas pela pandemia de covid-19, somente cinco episódios foram produzidos.

Através dos dados disponibilizados pela ferramenta Analytics<sup>5</sup> do YouTube, os administradores do canal Proarq Audiovisual extraíram informações pertinentes sobre a série. Os resultados revelam aspectos significativos relacionados ao desempenho desses vídeos, que podem nos ajudar numa reflexão sobre as estratégias mais eficientes para a DC da instituição.

O primeiro vídeo em consideração, “Apresentando o Proarq-UFS | Prof. dr. Leandro Duran | Proarq Audiovisual #1”, publicado em 25 de outubro de 2019, registrou 424 visualizações. O tempo total de exibição desse vídeo alcançou aproximadamente 14,8396 horas. Além disso, houve um acréscimo de dezoito inscritos após sua divulgação. A duração média de visualização do vídeo foi de 2 minutos e 5 segundos.

O segundo vídeo analisado, “Apresentando o Labiarq-UFS | Proarq Audiovisual #2”, divulgado em 24 de novembro de 2019, obteve 202 visualizações. O tempo total de exibição dele foi de cerca de 13,2964 horas. Esse vídeo gerou um aumento de seis inscritos, enquanto sua duração média de visualização foi de 3 minutos e 56 segundos.

O terceiro vídeo, “Entrevista com a dra. Lorena Garcia | Proarq Audiovisual #3”, publicado em 19 de janeiro de 2020, acumulou 224 visualizações. O tempo de exibição dele foi de aproximadamente 13,1147 horas e resultou em um acréscimo de dez novos inscritos. A duração média de visualização deste vídeo foi de 3 minutos e 30 segundos.

O quarto vídeo, “Entrevista com a dr. Juliana Machado | Proarq Audiovisual #4”, publicado em 1º de junho de 2020, obteve 107 visualizações. O tempo de exibição atingiu aproximadamente 5,9503 horas, resultando em um acréscimo de seis novos inscritos. A duração média de visualização foi de 3 minutos e 20 segundos.

Por fim, o quinto vídeo, “Entrevista com o dr. Bruno Sanches | Proarq Audiovisual #5”, publicado em 26 de agosto de 2020, obteve 228 visualizações. O tempo de exibição totalizou aproximadamente 16,2879 horas. Embora o número de novos inscritos tenha sido menor que nos vídeos anteriores, com dois registros, a duração média de visualização atingiu 4 minutos e 17 segundos.

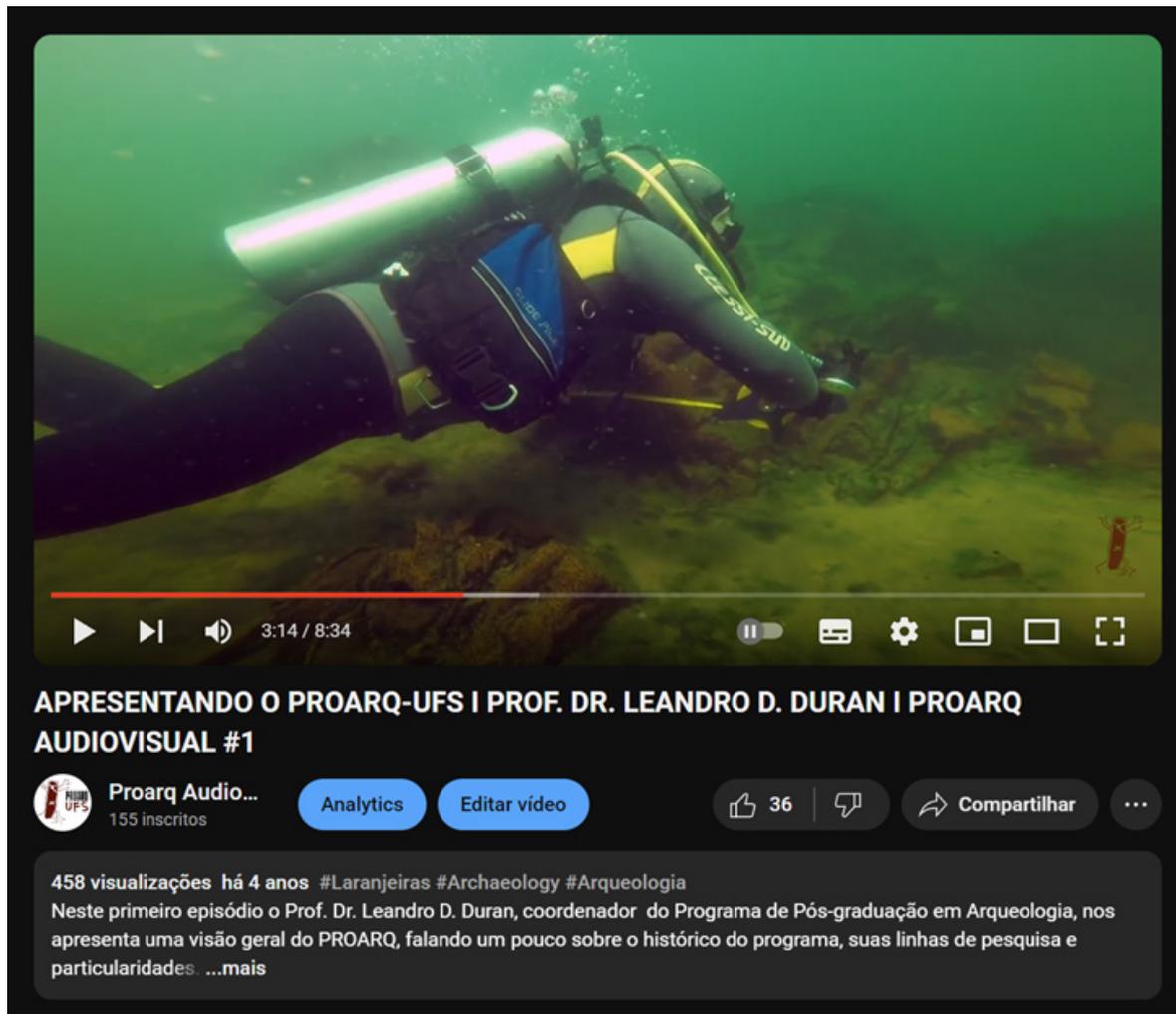
Essas informações oferecem uma perspectiva detalhada do desempenho das entrevistas realizadas pelo canal Proarq Audiovisual no YouTube, permitindo observar as variações de alcance, engajamento e duração média de visualização entre os vídeos analisados.

Durante o período analisado, o canal Proarq Audiovisual no YouTube apresentou resultados significativos em termos de tráfego e envolvimento da audiência. No total, o canal acumulou 2.739 visualizações, com uma duração combinada de aproximadamente 255,3433 horas. A média de tempo de visualização foi de cerca de 5 minutos e 35 segundos. Além disso, registraram-se 27.145 impressões, resultando em uma taxa de cliques de impressões de 4,42%.

---

<sup>5</sup> Dados analisados em julho de 2023.

**Figura 2.** Vídeo “Apresentando o Proarq-UFS | Prof. dr. Leandro Duran | Proarq Audiovisual #1”, publicado em 25 de outubro de 2019 no canal do YouTube do Proarq Audiovisual.



Fonte: Proarq-UFS, 2023.

Ao considerar a origem do tráfego,<sup>6</sup> destacam-se os seguintes insights: o tráfego externo<sup>7</sup> contribuiu com 665 visualizações, o que corresponde a uma duração de aproximadamente 46,2024 horas. Nessas visualizações externas, a média de tempo de visualização foi de cerca de 4 minutos e 10 segundos.

<sup>6</sup> A origem do tráfego no YouTube se refere às diferentes fontes pelas quais os espectadores encontram e acessam os vídeos. Isso inclui pesquisas na plataforma e em mecanismos de busca externos, sugestões de vídeos relacionados, links externos compartilhados, notificações de assinaturas e destaque em canais e playlists. Compreender a origem do tráfego é importante para os criadores de conteúdo do YouTube para direcionar suas estratégias de promoção e alcançar maior audiência.

<sup>7</sup> O tráfego externo no YouTube se refere às visitas e às visualizações de vídeos provenientes de fontes externas, como links compartilhados em outros sites, redes sociais, e-mails e fóruns. É uma fonte de exposição e alcance para os criadores de conteúdo, permitindo que seu conteúdo seja descoberto por novos públicos. Os criadores podem analisar o tráfego externo para identificar as fontes que geram mais visualizações e ajustar suas estratégias de promoção para expandir seu alcance.

As pesquisas realizadas no YouTube geraram 609 visualizações, com um tempo de exibição total de aproximadamente 56,6294 horas. A duração média dessas visualizações provenientes de pesquisas foi de cerca de 5 minutos e 34 segundos. Além disso, essas pesquisas resultaram em 14.646 impressões, com uma taxa de cliques de impressões<sup>8</sup> de 3,48%.

O canal Proarq Audiovisual foi responsável por atrair 552 visualizações, o que corresponde a uma duração total de aproximadamente 53,288 horas. A duração média dessas visualizações provenientes das páginas do canal foi de cerca de 5 minutos e 47 segundos. Vale ressaltar que o canal também gerou 6.066 impressões, com uma taxa de cliques de impressões de 6,94%.

Os recursos de navegação apresentaram resultados promissores, com 255 visualizações registradas e uma duração acumulada de aproximadamente 24,6308 horas. A duração média dessas visualizações provenientes dos recursos de navegação foi de cerca de 5 minutos e 47 segundos. Além disso, esses recursos contribuíram para 2.827 impressões, com uma taxa de cliques de impressões de 5,52%.

Embora uma parcela do tráfego tenha origem direta, isto é, desconhecida, essas fontes resultaram em 251 visualizações, com um tempo de exibição total de aproximadamente 29,4767 horas. A duração média dessas visualizações foi de cerca de 7 minutos e 2 segundos.

Os vídeos sugeridos, como mecanismo de descoberta de conteúdo,<sup>9</sup> apresentaram um papel significativo na atração de visualizações. Foram registradas 166 visualizações, com uma duração total de aproximadamente 23,3888 horas. A média de tempo de visualização nessas recomendações foi de cerca de 8 minutos e 27 segundos. Adicionalmente, esses vídeos sugeridos geraram 2.465 impressões, com uma taxa de cliques de impressões de 3,04%.

Outros recursos do YouTube também tiveram impacto modesto, resultando em 120 visualizações e uma duração de aproximadamente 9,7102 horas. A duração média das visualizações provenientes desses recursos foi de cerca de 4 minutos e 51 segundos.

Infelizmente, em relação ao perfil do público atingido, a ferramenta Analytics do YouTube não nos permitiu visualizar a procedência das visualizações (cidades), gênero e faixa etária dos espectadores por não ter, segundo a página de suporte da plataforma, “dados demográficos suficientes para mostrar este relatório”. Segundo as diretrizes do YouTube, geralmente essa condição é gerada quando o “canal não tem dados relevantes o suficiente para exibir”, ou seja, quando o vídeo ou canal não tem tráfego suficiente durante um período selecionado para os padrões mínimos definidos pela plataforma.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base nas informações fornecidas, podemos chegar a algumas conclusões sobre o desempenho dos vídeos do canal Proarq Audiovisual no YouTube, bem como a estratégia de DC implementada. Em primeiro lugar, para alcançar um público maior, é necessário promover os vídeos do canal de forma mais eficaz, explorando estratégias de marketing digital e compartilhamento em

---

<sup>8</sup> A taxa de cliques de impressões no YouTube é uma métrica que calcula a porcentagem de espectadores que clicam em um vídeo após visualizarem sua miniatura ou título. É um indicador do engajamento e interesse gerados pelo vídeo. Uma taxa alta indica um bom desempenho na atração de espectadores, enquanto uma taxa baixa sugere falta de relevância. É uma métrica útil para avaliar estratégias de marketing e a otimização de conteúdo.

<sup>9</sup> Os mecanismos de descoberta de conteúdo no YouTube se referem às diferentes formas pelas quais os usuários encontram e são expostos a vídeos na plataforma, como recomendações personalizadas, pesquisas, sugestões de vídeos relacionados e notificações enviadas pelos canais seguidos. Esses mecanismos desempenham um papel fundamental na exposição e distribuição de conteúdo no YouTube, permitindo que os espectadores descubram novos vídeos com base em seus interesses e comportamentos de visualização.

outras plataformas, ampliando assim os usos das mídias sociais na divulgação da série, para isso, seria interessante pensar em formatos audiovisuais específicos para esse fim, a exemplo de vídeos curtos (de 1 a 5 minutos), com linguagem próximas aos conteúdos para fins recreativos, uma forma de tornar o tema atrativo, direcionando o público para o conteúdo no YouTube.

Em relação à retenção de espectadores, embora a duração média de visualização seja razoável, há espaço para melhorar esse aspecto. É possível aumentar o envolvimento do público através de conteúdo mais cativante, trabalhando outros temas ligados à arqueologia ou trabalhando sua ligação com “assuntos do momento”, edição mais eficiente e um formato que mantenha o interesse dos espectadores por mais tempo. Para isso também poderia se pensar em outros formatos de vídeos com uma duração menor (até 5 minutos).

A importância da transdisciplinaridade nas áreas do conhecimento, como comunicação, jornalismo e cinema, é fundamental para a DC. Não podemos mais encarar essa faceta da pesquisa como algo acessório que só poderá ser realizado através de parcerias com essas áreas. A DC faz parte da ciência arqueológica, logo, precisamos considerar a formação de profissionais de arqueologia que sejam especialistas em DC, desenvolvendo neles habilidades de produção de conteúdo (vídeos, podcasts, *social media*, fotografia etc.), da mesma forma que tradicionalmente são especializados na leitura de artefatos e na escavação de sítios arqueológicos.

O presente artigo examinou as possibilidades e desafios da DC da arqueologia com base no estudo de caso do Proarq Audiovisual, contudo, visando um fortalecimento da proposta, seria interessante, no futuro, uma comparação com experiências análogas desenvolvidas por outros programas de pós-graduação, laboratórios e iniciativas ligadas à arqueologia. Acreditamos que dessa forma seja possível pensar em modelos mais efetivos que se apliquem ao contexto de desenvolvimento da DC no contexto nacional.

A interação e colaboração transdisciplinar entre a arqueologia e as áreas de comunicação, jornalismo e cinema permitem ampliar o alcance e a relevância da divulgação do conhecimento arqueológico. Portanto, reconhecer a importância da transdisciplinaridade e investir na formação de profissionais qualificados são passos essenciais para fortalecer a divulgação científica, estabelecer conexões mais significativas entre a ciência e o público em geral, e garantir que informações precisas e confiáveis sobre a arqueologia sejam acessíveis e compreendidas pela sociedade.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALVES-BRITO, Alan; MASSONI, Neusa Teresinha; GUIMARÃES, Ricardo Ranchel. Subjetividades da comunicação científica: a educação e a divulgação científicas no Brasil têm sido estremecidas em tempos de pós-verdade? *Caderno Brasileiro de Ensino de Física*, v. 37, n. 3, p. 1598-1627, 2020.
- BAIMA, Carlúcio; BIONDO, Fernanda; NITO, Mariana Kimie. Educação patrimonial no campo da arqueologia: desafios e contribuições. *Revista Arqueologia Pública*, v. 9, n. 3 [13], p. 1-11, 2015.
- BERNARDET, Jean-Claude. *O que é cinema*. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- BIERNATH, André. Ratanabá: arqueólogo explica por que lenda de ‘cidade perdida na Amazônia’ não faz sentido. *g1*, jul. 2022. Disponível em: <https://g1.globo.com/meio-ambiente/amazonia/noticia/2022/06/15/ratanaba-arqueologo-explica-porque-lenda-de-cidade-perdida-na-amazonia-nao-faz-sentido.ghtml>. Acesso em: 12 mar. 2024.
- BUENO, Leonardo M.; FONSECA, André A. Breve panorama da divulgação científica brasileira no YouTube e nos podcasts. *Cadernos de Comunicação*, v. 25, p. 1-19, 2021.
- BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. *Inf. Inf.*, v. 15, p. 1-12, 2010.

- CARNEIRO, Carla Gibertoni. Educação patrimonial e arqueologia: alguns aspectos desta interface. *Amazônica-Revista de Antropologia*, v. 6, n. 2, p. 442-458, 2014.
- CERQUEIRA, Fábio Vergara *et al.* Programa Memoriar: sensibilização de jovens para a diversidade identitária por meio da educação patrimonial. In: ENCONTRO DO NÚCLEO REGIONAL SUL DA SOCIEDADE DE ARQUEOLOGIA BRASILEIRA, 5. *Anais [...]*. São Leopoldo, RS: Editora Unisinos, 2006. p. 1-8.
- CREMO, Michael A.; THOMPSON, Richard L. *Forbidden Archeology: The Hidden History of the Human Race*. Badger (US): Govardhan Hill, 1993.
- DIAS, Camila Delmondes *et al.* Divulgando a arqueologia: comunicando o conhecimento para a sociedade. *Ciência e Cultura*, v. 65, n. 2, p. 48-52, 2013.
- HOLTORF, Cornelius. *Archaeology is a Brand! The Meaning of Archaeology in Contemporary Popular Culture*. Walnut Creek (US): Left Coast, 2007.
- LIMA, Guilherme da S.; GIORDAN, Marcelo. Da reformulação discursiva a uma práxis da cultura científica: reflexões sobre a divulgação científica. *História, Ciências, Saúde – Manguinhos*, v. 28, n. 2, p. 375-392, 2021.
- MANSO, Bruno L. C. Divulgação científica: o desafio de popularizá-la na própria ciência. *Revista do EDICC*, v. 1, p. 47-57, 2012.
- MARINHO, Cláudio R. *Patrimônio arqueológico e mídias sociais: ações de educação patrimonial e de divulgação científica em arqueologia*. 2021. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2021.
- MARTIN, Marcel. *A linguagem cinematográfica*. Tradução Lauro António e Maria Eduarda Colares. Lisboa: Dinalivro, 2005.
- MASSOLA, Gustavo M.; CROCHÍK, José L.; SVARTMAN, Bernardo P. Por uma crítica da divulgação científica. *Psicologia USP*, v. 26, n. 3, p. 310-315, 2015.
- MELO, José Marques de (ed.). *Enciclopédia Intercom de comunicação*. São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2010.
- MORENO DE SOUSA, João Carlos. Internet Use for Archaeological Education. In: SMITH, Claire (ed.). *Encyclopedia of Global Archaeology*. 2nd ed. Cham: Springer International Publishing, 2018. p. 1-10.
- NATAL, Camila B.; ALVIM, Marcia H. A divulgação científica e a inclusão social. *Revista do EDICC*, v. 5, n. 1, p. 76-86, 2018.
- NICHOLS, Bill. *Introdução ao documentário*. 3. ed. Campinas, SP: Papyrus, 2008.
- ROCHA, Débora B. *Sobre a aposentadoria compulsória de Indiana Jones: uma análise sobre a Arqueologia no YouTube entre 2010 e 2019*. 2022. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de Sergipe, Laranjeiras, SE, 2022.
- SANTAELLA, Lucia. *De onde vem o poder da mentira?* Barueri, SP: Estação das Letras e Cores, 2021.
- SANTOS, Lucas O. dos; MÜLLER, Karen B. Caracterização do atual cenário da divulgação científica brasileira em mídias digitais a partir do levantamento dos perfis de divulgadores científicos. *JCOM – América Latina*, v. 5, n. 2, A01, p. 1-20, 2022.
- SILVA, Marcelo M. Comunicação e divulgação científica em arqueologia. *Revista de Arqueologia*, v. 30, n. 1, p. 45-56, 2017.
- SOARES, Sérgio José Puccini. *Documentário e roteiro de cinema: da pré-produção a pós-produção*. 2007. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Campinas, Campinas, SP, 2007.

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. 4. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

TEGA-CALIPPO, Glória Maria Vagioni. *Arqueologia em notícia: pesquisas impressas, sentidos circulantes e memórias descobertas*. 2012. Dissertação (Mestrado) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, SP, 2012.

XAVIER, Ismail. *O discurso cinematográfico: a opacidade e a transparência*. São Paulo: Paz e Terra, 2005.