

## **PITCH: UMA ESTRATÉGIA DE DIVULGAÇÃO PARA A CIÊNCIA EM TEMPOS REMOTOS E DIGITAIS**

Congresso Online Nacional de Pedagogia, 3ª edição, de 07/03/2022 a 09/03/2022  
ISBN dos Anais: 978-65-81152-45-1

**SILVA; Caroline Souza** <sup>1</sup>

### **RESUMO**

Divulgação pode ser entendida como o ato de tornar conhecido algo ignorado ou secreto; ao mesmo tempo como uma ação de promover-se, propagar-se. Em ambos, expressa-se a ideia de contato com o público, no entanto, a primeira exprime o sentido de compartilhamento, enquanto a outra segue o sentido de autopromoção. Partindo dessa noção, confirma-se que a divulgação científica, enquanto campo de conhecimento e estratégia de ação, enquadra-se na ação de ampliar e promover os possíveis diálogos entre ciência e sociedade, pelo fato da ciência ocupar uma posição crescente na sociedade contemporânea, influenciando e sendo influenciada pelos aspectos sociais, culturais, econômicos e políticos. Com efeito, as atualizações tecnológicas para comunicação e informação facilitam o contato com inúmeros materiais, alguns benéficos outros falaciosos, fazendo com que se refletisse as estratégias de popularização do conhecimento científico na sociedade. Ao passo da crescente utilização das redes sociais, especialmente o consumo de vídeos com duração de até 5 minutos, faz com que pesquisadores repensem na maneira como alcançar o público, especialmente o leigo. Uma alternativa oferecida para envolver o público é a da popularização de informações por pitch: uma curta apresentação para vender uma ideia, projeto ou negócio, visando despertar o interesse e dialogar de forma rápida e direta com quem se pretende comunicar. Partindo dessa premissa, o presente estudo objetiva avaliar a aplicabilidade de pitches para a divulgação científica, analisar as apresentações compartilhadas nos Congressos de Extensão e de Iniciação Científica na Universidade Federal de Lavras, nos anos de 2020 e 2021, e identificar as melhores ações para o processo de criação a publicação de pitch. Para tanto, foi realizada uma pesquisa documental de cada pitch, verificando os aspectos: qualidade das informações apresentadas, comunicação dos pesquisadores, relevância dos temas para a sociedade e impacto no cotidiano. Ao todo, foram analisados 445 trabalhos, sendo possível reconhecer a pluralidade de saberes expostos, desde ciências humanas a ciências do solo, contendo problematizações atuais, relacionando educação, política, tecnologia, meio ambiente, saúde social e multiculturas. Observa-se também a criatividade das apresentações, com a utilização de gravações, animações, simulações e demonstrações, contendo dados compreensíveis e explicações objetivas. Ainda assim, os

<sup>1</sup> Universidade Federal de Lavras, carolinesouzasilva3@gmail.com

estudos poderiam ter impactado um número maior de pessoas ao serem postados no formato de IGTV do Instagram, ferramenta direcionada para vídeos curtos e favorecida pelo algoritmo a partir de compartilhamento e interações dos usuários. Portanto, ao analisar as produções dos discentes e docentes da Universidade Federal de Lavras, constate-se que houve uma devolutiva positiva para a sociedade, informando a estrutura de projetos de pesquisa, a relevância de financiamento, a necessidade de criticidade e criatividade, bem como a aplicabilidade dos conhecimentos expostos para o cotidiano.

**PALAVRAS-CHAVE:** divulgação científica, pesquisa, pitch, popularização, tecnologia