

UMA ANÁLISE DAS MÍDIAS SOCIAIS UTILIZADAS PARA DIVULGAÇÃO DAS AÇÕES DO PROJETO CIÊNCIA & CRIANÇA - UFPR

Educação

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ (UFPR)

IGLESIAS, T.¹; FERNANDES, A. S.²; BORTH, K. W.³; SIMÕES, T. R. G.⁴

RESUMO

O trabalho tem como objetivo analisar e mapear os produtos do Projeto Ciência & Criança e a sua divulgação realizada pelas mídias sociais, constituindo-se uma pesquisa qualitativa de cunho documental. Como instrumentos de constituição de dados, foram tabuladas as métricas das mídias sociais e submetidas à técnica de análise documental. Cinco categorias emergentes foram identificadas: a) Conteúdo Informativo; b) Divulgação do Material: está a maior parte do conteúdo no Instagram, abordando 36% dos Reels, 50% do IGTV e 51,7% dos Cards (51,7%); c) Interação com crianças: em sua maioria no formato Reels (26,2%) d) Comemorativo: é contemplado majoritariamente pelos Cards (20,7%) postado no Instagram; e) Post de conteúdos completos: são encontradas parcialmente no Facebook (45,3%); f) Convidadas: contemplam convidadas externas que se aprofundam em determinado tema, sendo o IGTV o canal utilizado para tal conteúdo. Os conteúdos que tiveram mais alcance foram sobre experimentos e cards sobre curiosidades científicas. Em relação ao Facebook, as postagens de vídeos completos são as que possuem maior alcance.

Palavra-chave: divulgação científica; crianças; ciências; mídias sociais.

1 INTRODUÇÃO

Ao que se refere à Divulgação Científica, Galhardi e Deccache-Maia (2019) afirmam que essa tem sido tema de muitos debates e propostas no meio acadêmico de forma a contemplar o público infantil. Segundo Neves e Massarani (2008), algumas experiências demonstram que esse público tem grande capacidade de lidar com temas de Ciências, porém, esse potencial não tem sido explorado em sua plenitude, principalmente fora do espaço escolar.

¹Thayse Geane Iglesias da Silva, Doutoranda, PPG em Educação em Ciências - UFPR

² Andressa de Souza Fernandes, Graduanda, Departamento de Química - UFPR;

³ Ketlyn Wolfart Borth, Doutoranda, Programa de Pós Graduação em Química - UFPR;

⁴ Tatiana Renata Gomes Simões, vínculo (servidor técnico-administrativo) - UFPR.

Torok (2008) afirma que a abordagem de materiais infantis deve ser com uma linguagem clara, concisa, criativa, colorida e, também, se faz necessário a utilização de termos científicos, evitando jargões e siglas. Nesse contexto, o Projeto Ciência e Criança - UFPR proporciona às crianças acesso ao conhecimento científico por meio das plataformas digitais, ao mesmo tempo em que fornece aos educadores material de apoio para a elaboração de plano de aula com a temática de Química/Ciências da Natureza. Considerando tais premissas, o objetivo deste trabalho consiste em mapear e analisar os materiais produzidos e a sua divulgação pelas mídias sociais do Projeto Ciência & Criança.

2 METODOLOGIA

Essa pesquisa é qualitativa de cunho documental (LUDKE; ANDRÉ, 2013), no qual, possui quatro passos: i) caracterização do documento utilizado: registro das métricas e dos conteúdos disponibilizado nas mídias sociais, sendo elas, Instagram e Facebook (@cienciaecriancaufpr); ii) análise dos dados: sistematização e decodificação dos dados; iii) criação de categorias e/ou tipologias: agrupamento de temas/temáticas mais frequentes; iv) identificação de elementos emergentes e exploração de novas fontes.

O Ciência & Criança é um projeto de extensão que visa a divulgação científica para o público infantil abordando temas relacionados principalmente à Química, por meio de materiais audiovisuais e oficinas. Agindo em prol do Objetivos de Desenvolvimento Sustentáveis (ODS)⁵, visa explorar e incentivar a curiosidade e o espírito investigativo das crianças, além disso, estimular a formação do senso crítico do público em geral. As atividades do projeto são divididas em blocos, sendo que cada um corresponde a um tema, até o presente momento, foram realizados cinco grandes blocos: (a) Os pequenos e Incríveis Blocos de Montar do Universo; (b) Sólido, Líquido ou Gasoso?; (c) Tudo junto...e misturado?; (d) Tá por dentro ou tá boiando? (e) COVID: Vacinação Infantil. O recorte de análise compreende entre os dias 06/04/2021 à 28/04/2022, esse período refere-se ao início das atividades do bloco (a) e a finalização das atividades do bloco (e).

⁵ As ODS são um apelo global à ação para acabar com a pobreza, proteger o meio ambiente e o clima e garantir que as pessoas possam desfrutar de paz e de prosperidade.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Ao analisar as produções para as mídias sociais, foi possível realizar a criação de categorias baseado na tipologia do material analisado, representado por seus indicadores: a) Divulgação do Material Produzido: Prévias de materiais/conteúdos; Solicitação para o acesso ao conteúdo completo em outra plataforma; b) Comemorativo: Conteúdos comemorativos (seguidores, acessos); datas comemorativas (e.g. dia do livro); c) Post de conteúdos completos:(seja do experimento, da fala ou da explicação); d) Convidadas: Falas de pessoas externas ao projeto; e) Interação com crianças: Respostas das crianças para perguntas do interlocutor sobre temas científicos; Interação com as crianças; f) Conteúdo Informativo: Participação em eventos; Informações de acessos a outras plataformas; Informes no geral; .

No período analisado, foram identificadas 162 produções no Instagram, divididas entre Reels, IGTV e Cards. Observa-se que as postagens em formato de Cards são o maior número de produções (53,7%), seguido do Reels com 40,1% e do IGTV com 6,2%. As produções do IGTV se justificam em pequena quantidade devido ao pouco engajamento e o baixo índice médio de contas alcançadas (175) em relação aos Cards (385) e ao Reels (888).

A categoria que mais tem produção de conteúdo nessa mídia social é a de "Divulgação do Material", tanto nos Cards (51,8% de todos os Cards) quanto no IGTV (50,0%) e Reels (36,9%). Essa categoria contempla a divulgação de materiais que são produzidos e alocados em outras plataformas não abordadas aqui, nesse sentido, o Instagram é utilizado como um meio de divulgação de um conteúdo mais completo presente em outro canal. No início do projeto, os Cards foram escolhidos como meio de informação, por isso o valor de 51,8%, porém, ao observar o engajamento do Reels, percebeu-se que a quantidade de contas alcançadas era superior, migrando a maioria da ação de divulgação para esse formato.

O formato de Card foi mantido para conteúdos sobre datas comemorativas, sendo que esse conteúdo se refere a 20,7% dos Cards. Na categoria "Experimentos Completos" tem-se material nos três formatos, IGTV (30,0%), Reels (12,3%) e os Cards (10,3%). Os experimentos podem ser realizados pelas crianças, com começo, meio e fim, diferentemente dos que são alocados na categoria "Divulgação do Material", que é necessário o acesso em

outra plataforma para vê-lo em totalidade. Identificou-se que os conteúdos da categoria "Experimentos Completo" (7364 contas) é a que possui a maior média de contas alcançadas, com a menor sendo as da categoria "Comemorativo" (633).

Os produtos de divulgação que possuem conteúdo com curiosidades e novidades científicas foram classificados na categoria "Curiosidades Científicas" e possuem uma ótima média de alcance nos Cards (574 contas). Isso demonstra que o público tem interesse nesse tipo de publicação, porém, contempla apenas 8% das produções. Ao analisar os conteúdos do IGTV, emergiu a categoria "Convidadas" (20,0%), que são profissionais convidadas que se aprofundam em determinado tema e se comunicam com o público do projeto. Essa última categoria é a que teve maior média de contas alcançadas (351), seguida da categoria "Experimentos completos" (165) e da "Divulgação do Material" (110).

Por fim, têm-se as categorias "Interação com as Crianças" e "Informativo", que são conteúdos que estabelecem uma interação com as crianças e informações sobre o projeto e participações em eventos pela equipe, respectivamente. Essas categorias contemplam, principalmente, o formato do Reels, com 26,2% para "Interação com as Crianças" e 9,23% para "Informativo".

Já em relação ao Facebook, analisou-se 107 postagens, que obtiveram um alcance de 17.715. Na categoria de "Conteúdo Informativo" um total de 1.515 contas foram alcançadas (8 postagens). Para a "Divulgação de material produzido", foram analisadas 30 postagens, com um total de 21,4% das contas alcançadas, tal categoria abrangeu toda a divulgação dos materiais produzidos pelo Ciência & Criança, tais como livros e passatempos online. Nota-se que na categoria cujas as postagens foram relacionadas às datas comemorativas, o número de contas alcançadas representa 10,3% do montante e 11 postagens no total. As publicações de "Curiosidades Científicas" e "Posts de Conteúdos Completos" alcançaram 7,5% e 45,3%, respectivamente.

Compreendemos que a utilização de diversas mídias sociais é necessária para atingir os objetivos do Projeto. Segundo Torok (2008, p. 59), um diálogo na ficção leva a história adiante ou constrói a fundo um personagem, ele também é necessário na hora de comunicar ciência, para garantir que as mensagens sejam recebidas e entendidas de modo que o pensamento progrida. As mídias sociais nesse contexto se complementam ao comunicar os produtos do Projeto

construindo uma narrativa consistente ao se divulgar os conhecimentos científicos. Além disso, as publicações buscam criar a diversidade na produção de conteúdos, variando o formato e a maneira de ser divulgado. Essa ideia vai de encontro com Moura (2018, s/p.), em que “As redes sociais são um espaço fundamental de divulgação científica. E que deve ser, a todo momento, experimentado, com novas formas”.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao mapear e analisar os produtos de divulgação do Projeto Ciência & Criança realizado pelas mídias sociais, sinaliza-se que os conteúdos divulgados pelo Instagram na categoria "Experimentos Completos" são os que tiveram a maior média de contas alcançadas (7364 contas) e os produtos de divulgação que possuem conteúdo com curiosidades científicas tiveram uma ótima média de alcance nos Cards (574 contas). Em relação ao Facebook, as postagens de vídeos completos são as que possuem maior alcance. Em suma, as mídias sociais para o Projeto de Extensão Ciência & Criança são fundamentais para disseminação de conceitos e de informações sobre os produtos do projeto, tendo essas plataformas como grandes aliadas para a comunicação e divulgação científica.

REFERÊNCIAS

GALHARDI, E. de O.; DECCACHE-MAIA, E. Divulgação científica para o público infantil: o que o ENPEC tem a dizer. *In: Encontro Nacional de Pesquisa em Educação em Ciências – XII ENPEC*, 11, Rio Grande do Norte, **Anais...** Rio Grande do Norte: UFRN, 2019.

LÜDKE, M.; ANDRÉ, M. E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: E.P.U., 2012.

MEDEIROS, C. M. M.. Redes Sociais são fundamentais na disseminação da informação, formatos e experimentação. **Revista Eletrônica ComCiência**, 2018.

NEVES, R.; MASSARANI, L. F. A divulgação científica para o público infanto-juvenil: um balanço do evento *In: MASSARANI, L. Ciência e criança: a divulgação científica para o público infantojuvenil*, Rio de Janeiro: Fiocruz, 2008. p. 7-12.

TOROK, S. Falar de ciência para crianças: algumas dicas. *In: Massarani, L. Ciência e criança: a divulgação científica para o público infantojuvenil*, Rio de Janeiro: Fiocruz, 2008. p. 55-60.

