



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA

INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISAS ESPACIAIS

ESTUDO E ANÁLISE PARA APRIMORAMENTO DE AUDIOVISUAIS EXPLICATIVOS E NA DIFUSÃO DE CONHECIMENTO SOBRE CIÊNCIAS DA TERRA ATRAVÉS DAS MÍDIAS SOCIAIS

Melissa Buzzatto

Relatório final de Iniciação Científica do programa PIBIC, orientada pelo Dr. Gilvan Sampaio de Oliveira, e coorientado pela Dra. Viviane Regina Algarve.



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA E TECNOLOGIA

INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISAS ESPACIAIS

**ESTUDO E ANÁLISE PARA APRIMORAMENTO DE AUDIOVISUAIS
EXPLICATIVOS E NA DIFUSÃO DE CONHECIMENTO SOBRE
CIÊNCIAS DA TERRA ATRAVÉS DAS MÍDIAS SOCIAIS**

Melissa Buzzatto

Relatório final de Iniciação Científica do programa PIBIC, orientada pelo Dr. Gilvan Sampaio de Oliveira, e coorientado pela Dra. Viviane Regina Algarve.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar maneiras de dar continuidade no trabalho de divulgação das produções científicas e tecnológicas desenvolvidas nas áreas integrantes da Ciências da Terra no Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais, assim como difusão das informações institucionais relevantes ao público geral. Atualmente, pelo crescente uso das mídias sociais, nota-se uma tendência na disseminação de informações, especialmente, nas plataformas Instagram, Twitter e Facebook, trazendo luz à necessidade de buscar meios mais eficazes de capturar a atenção do público-alvo e incentivar o interesse da população em assuntos ligados à ciência, tecnologia e inovação, valorizando, principalmente, a produção nacional. Entretanto, o dinamismo e constantes mudanças do mundo digital não devem ser ignorados, ressaltando a importância de um contínuo aprimoramento e atualização nas ferramentas e abordagens trazidas para este trabalho. Por esse motivo, uma das principais tarefas, inicialmente, foi manter e lapidar a identidade visual construída para a Divisão de Impacto, Adaptação e Vulnerabilidade (DIIAV) da CGCT, especialmente no Instagram, analisando a aceitação do layout padrão para determinados assuntos, divididos entre: notícias, eventos, artigos e outros. Para tal atividade, editores de imagem e vídeo, como Canva e Figma, plataformas acessíveis e gratuitas para design gráfico, foram aprimorados modelos de postagens para manter o visual mais estruturado dos portais. Além disso, foi mantida a cartelas de cores estabelecida, observando a interação entre público-perfil, com a aparência mais uniformizada e agradável, criada com a finalidade de padronizar o mural de postagens. Por fim, a parceria com o grupo de comunicação já existente do Projeto Nexus, desenvolvido por pesquisadores integrantes da DIIAV/CGCT, foi mantida e nutrida, explorando novos materiais para divulgação dos resultados obtidos durante o ano, como o “Cadernos Nexus”. Desta forma, conclui-se que intuito é não somente analisar e melhorar o engajamento dos diversos meios de divulgação, mas fortalecer o material de qualidade e o conteúdo exibido nas plataformas, levando para a comunidade interna e externa, de maneira acessível e certa, informações sobre os mais diversos temas ligados à CGCT.

Palavras-chave: Difusão. Melhorias. Mídias Sociais

LISTA DE FIGURAS

	<u>Pág.</u>
Figura 1 – Página na plataforma Figma.....	5
Figura 2 – Postagem da DIIAV	6
Figura 3 – Página inicial do Instagram da DIIAV	7
Figura 4 – Feed da DIIAV no Instagram	7
Figura 5 – Esquema da identidade visual da DIIAV e Nexus	8
Figura 6 – Cores do Nexus aplicadas no “Cadernos Nexus”	8
Figura 7 – Página introdutória do “Cadernos Nexus”	9

SUMÁRIO

	<u>Pág.</u>
1 INTRODUÇÃO	1
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	1
2.1 Presença nas mídias sociais	2
2.2 Crescimento do Instagram	2
2.3 Áreas de atuação	3
2.4 Projeto Nexus.....	3
3 MATERIAIS E MÉTODOS	4
3.1 Canva e Figma.....	4
3.2 Instagram	5
4 RESULTADOS E DISCUSSÕES.....	6
4.1 Feed da DIIAV	7
4.2 Identidade Visual.....	8
5 CONCLUSÃO	9
6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	10

1 INTRODUÇÃO

O uso das mídias sociais – e, principalmente, das redes sociais – como principal ferramenta de disseminação de notícias tem expandido nos últimos anos, fazendo com que as mais diversas áreas busquem marcar presença no mundo digital. Instituições de pesquisa como o INPE não fogem a regra, buscando uma maneira mais efetiva de atrair visibilidade aos projetos e processos realizados internamente, usufruindo da rapidez com que as informações chegam às comunidades interna e externa.

Apesar do conjunto de estratégias e etapas utilizadas na divulgação de dados e informações institucionais caminhar de forma positiva rumo a um processo estruturado, é inegável que ele ainda apresenta certa dificuldade em atingir um resultado final satisfatório, pois alguns tópicos e assuntos causam estranhamento devido ao vocabulário específico e complexidade dos assuntos estudados na Divisão de Impacto, Adaptação e Vulnerabilidade. Por esse motivo, a presente pesquisa visa, conforme necessário, atualizar um projeto que acompanhe a linguagem dinâmica das mídias sociais, adequando-o à nova realidade online, transmitindo dados e repassando materiais de maneira sintetizada, clara e acessível para os diversos nichos sociais, sem que a qualidade da informação seja comprometida.

Para atingirmos o resultado almejado, ressaltamos a importância de reconhecer o lado positivo dessas ferramentas que caminham juntas a tecnologia e inovação e seu grande impacto na maneira como o povo se informa atualmente, além de analisá-las com um olhar social e implementar novas propostas de acordo com o feedback da comunidade que nos acompanha. Por fim, podemos compreender o crescimento e a divulgação proveitosa desses novos conteúdos, feitos com planejamento condizente e ético, almejando a implementação de novas abordagens que tragam um conforto ao público e levem informações de grande utilidade à população.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

O desenvolvimento desta pesquisa ocorreu através da análise das redes, assim como pela leitura de textos relacionados aos processos de divulgação, acesso e engajamento nas redes sociais, contribuindo para o levantamento de ideias e soluções eficazes para um projeto certo.

2.1 PRESENÇA NAS REDES SOCIAIS

A divulgação digital pede planos e estratégias que tratem de delinear as características da navegação online, tornando-se essencial para entender o perfil de consumo do público. Para que haja uma divulgação eficaz das informações, faz-se necessário um bom engajamento. O engajamento nas mídias sociais se dá por meio de curtidas, comentários, visualizações e compartilhamentos, mostrando a eficácia de cada publicação. Almeida et al. (2018), afirma em “Quem lidera sua opinião? Influência dos formadores de opinião digitais no engajamento” que as redes sociais servem como indicador direto do comportamento do consumidor em relação a determinado produto. Por esse motivo, fica clara a necessidade de adotar práticas que contribuam para o aumento do engajamento nas páginas, buscando entender e interagir com público-alvo, apresentando um visual atrativo e uma linguagem acessível.

2.2 CRESCIMENTO DO INSTAGRAM

O Instagram é uma rede social surgida em 2010 que está sempre crescendo e evoluindo, tendo passado por inúmeras atualizações de formato desde sua criação. A rede tem foco em compartilhamento de fotos e vídeos entre os usuários, podendo ser conectado ao Twitter e Facebook. Assim como o Facebook, essa é uma plataforma onde o público encontra conteúdos de temas diversificados em páginas oficiais de empresas e instituições, estreitando os laços entre essas esferas e repassando informações confiáveis. Esse fenômeno nos apresenta uma maneira simples para

estabelecer essa comunicação e, para Cintra (2010), ressalta as mudanças sociotécnicas e novas formas de contato no âmbito social.

2.3 ÁREAS DE ATUAÇÃO

Após a mudança de nome da divisão que antes era conhecida como CCST, áreas de pesquisa em Modelagem, Eco-Hidro-Climatologia, Serviços Ambientais, Projeções Climáticas, Cenários, Hidrologia, Desastres Naturais e outras passaram a fazer parte da DIIAV, trazendo a urgência da construção de umamarca sólida para essa parte integradora do INPE.

O foco do presente trabalho é dar continuidade na padronização pensada para as mídias sociais, além buscar melhorias para a divulgação das produções de pesquisadores da DIIAV, assim como seus projetos. Desta vez, tivemos uma atenção maior para com os resultados obtidos no Projeto Nexus, que chegou em sua fase final, demandando a divulgação dos resultados obtidos.

2.4 PROJETO NEXUS

Com o objetivo de propor estratégias que permitam a transição para um futuro sustentável nos biomas Caatinga e Cerrado, o Projeto Nexus promove, por meio de pesquisas de campo e oficinas participativas, uma abordagem inclusiva e dinâmica entre ciências naturais e sociais.

A partir dos resultados obtidos nas oficinas e trabalhos de campo ao longo da execução do Projeto Nexus, foi pensado, por meio de iniciativa da Equipe de Comunicação do projeto, um material nomeado “Cadernos Nexus”, que visa ser um material explicativo e de fácil compreensão, ocasionando uma devolutiva à comunidade local de cada uma das cidades por onde o Nexus esteve.

3 MATERIAIS E MÉTODOS

Além da análise das métricas fornecidas pelas próprias plataformas, dando uma base para a observação dos resultados obtidos pelo engajamento das postagens feitas no Instagram e Twitter, majoritariamente, mantivemos a paleta de cores e layouts definidos previamente, optando pela continuidade da divulgação de material via stories, que são conteúdos de rápido consumo, como uma das principais maneiras de difusão aos projetos de pesquisadores do CCST. Além disso, aconteceu a participação presencial das atividades do Projeto Nexus na cidade de Petrolina (PE), visando a produção de um melhor conteúdo e relatoria sobre as oficinas realizadas, e prestando assistência ao corpo de pesquisadores através de assessoria de imprensa para entrevistas com jornais locais.

Pensando nisso, o Cadernos Nexus foi idealizado pelo time de comunicação do projeto, em colaboração com os pesquisadores das mais diversas áreas do Nexus. Nele, temos como principal objetivo divulgar, de forma acessível e com linguagem clara, os resultados obtidos ao longo dos anos de projeto, com ênfase nas oficinas participativas e demais atividades realizadas nas cidades de Barreiras, Campina Grande e Petrolina/Juazeiro.

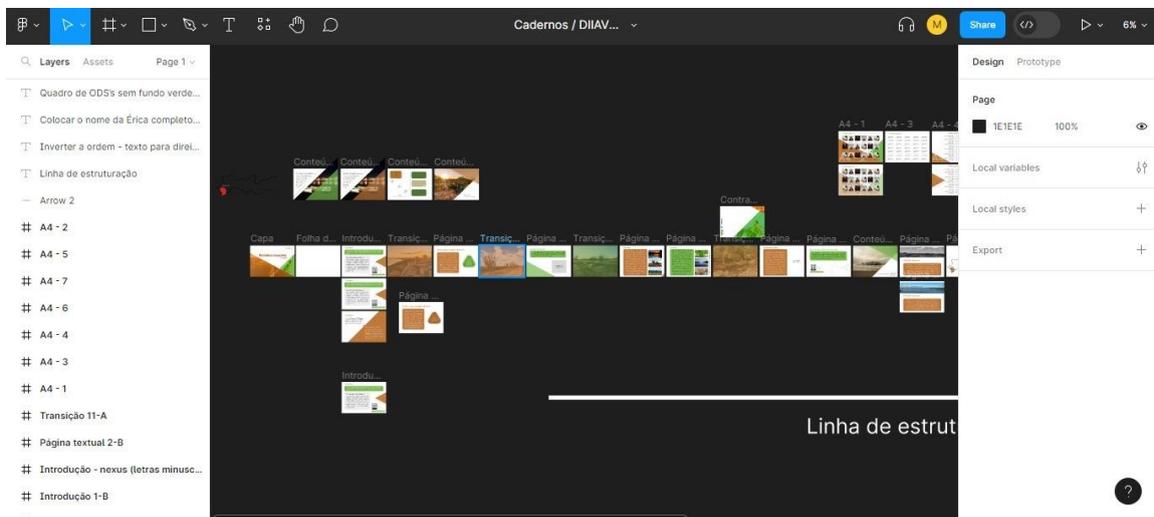
3.1 CANVA E FIGMA

A ferramenta Canva continuou sendo utilizada para a criação de artes de divulgação para as redes sociais, além de auxiliar na criação do layout de algumas das páginas do Cadernos Nexus. Porém, devido ao grande dinamismo do processo criativo do material, optamos pela adoção do Figma como plataforma principal de criação.

O Figma é uma plataforma relativamente nova no mercado e, assim como o Canva, é de fácil manuseio. Ele é um editor gráfico de vetor e prototipagem de projetos de design, com funcionalidades baseadas no navegador web, contando com ferramentas offline adicionais que podem ser aplicadas para uso em desktop.

Através do Figma, foi criada uma plataforma de trabalho para a elaboração e atualização das páginas de uma primeira versão para o Cadernos Nexus.

Figura 1: Página na plataforma Figma



Fonte: Figma

3.2 INSTAGRAM

O Instagram é a plataforma de grande destaque dos tempos modernos. Nele, foi criado um ambiente onde conseguimos acesso aos mais diversos tipos de informação, sendo possível entrar em contato e consultar fontes oficiais de diversos segmentos com apenas alguns cliques. Além de ser gratuito, o Instagram está em constante desenvolvimento e atualização, buscando sempre uma aproximação com os usuários, adequando-se ao perfil de consumo midiático da população.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Cada uma das plataformas utilizadas para divulgação científica na DIIAV possui suas peculiaridades. A ferramenta Instagram, selecionada como a principal delas, nos possibilita monitorar os dados postados, auxiliando na continuidade do trabalho através da análise do crescimento das divulgações pelo número de visualizações, curtidas e seguidores.

Foi possível observar um maior engajamento nas postagens assim que a nova identidade visual criada para as redes foi estabelecida, promovendo uma melhor e mais impactante divulgação de notícias, eventos e publicações de artigos.

Figura 2: Postagem da DIIAV



Fonte: Instagram DIIAV

Além disso, notou-se que o compartilhamento sobre as oficinas do Projeto Nexus com a participação dos agentes regionais aumentou o engajamento nos stories da página. Por esse motivo, os reflexos positivos que o Cadernos Nexus terá na comunicação instituição-população, pois ele também busca aproximar o povo da produção científica de forma acessível, desmistificando a ideia de uma ciência que só acontece em laboratórios e computadores.

4.1 FEED DA DIIAV

Buscando uma padronização da página oficial da Divisão, houve a elaboração de um novo feed de notícias, com cores e modelos de postagem que trouxessem um visual harmônico.

Figura 3: Página inicial do Instagram da DIIAV



Fonte: Instagram DIIAV

Figura 4: Feed da DIIAV no Instagram

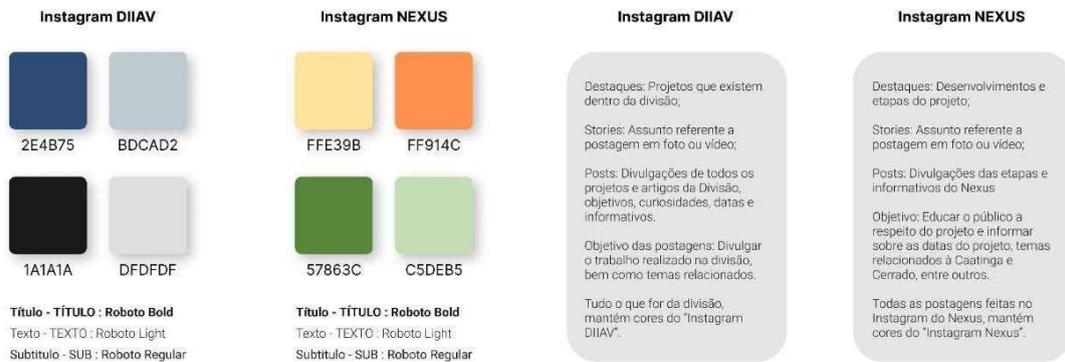


Fonte: Instagram DIIAV

4.2 IDENTIDADE VISUAL

A identidade visual é um conjunto de elementos gráficos e visuais que se associam a uma marca. Uma das principais tarefas ao longo deste projeto foi elaborar um esquema de cores e modelos que contribuíssem na consolidação da marca DIIAV e na criação da marca do Projeto Nexus. Para atingir esse objetivo, uma das ações tomadas foi a de estabelecer uma tabela de cores para as postagens de ambas as redes sociais.

Figura 5: Esquema da identidade visual da DIIAV e Nexus



Fonte: DIIAV

Figura 6: Cores do Nexus aplicadas no "Cadernos Nexus"



Fonte: Figma

5 CONCLUSÃO

A presente pesquisa traz luz à necessidade da criação e disseminação de dados por meio das ferramentas disponíveis na internet, encarando o inegável crescimento das plataformas (redes) sociais como principal meio na busca de informação por parte das grandes massas, ressaltando a necessidade de usá-las como aliadas na divulgação científica.

Para produzir um bom conteúdo, é preciso traçar estratégias com temas e foco social, sem perder a qualidade do material a ser repassado, contribuindo para uma educação democrática e inclusiva, na qual os dados científicos sejam compreendidos por mais parcelas da sociedade. Com o “Cadernos Nexus”, principal material elaborado durante o período da pesquisa, essas estratégias mesclam as mídias física e digitais, com a inserção de QR Codes que promovem um trabalho mais enxuto, porém objetivo e rico em conteúdo.

Figura 7: Página introdutória do “Cadernos Nexus”

O Projeto

O projeto “NEXUS: Caminhos para sustentabilidade” teve como objetivo propor estratégias para possibilitar a transição para um futuro sustentável nesses dois biomas.

Para alcançar esse objetivo...

Foram elaborados cenários e indicadores que conciliaram as dimensões econômica, social e ambiental (os três pilares da sustentabilidade) na produção agrícola e energética, bem como no uso de recursos naturais. Uma nova abordagem participativa foi então desenvolvida para integrar métodos qualitativos e quantitativos das ciências naturais e sociais.



Para saber mais, acesse o QR Code

Fonte: Canva

Por fim, é importante ressaltar que este projeto vem ocorrendo de forma linear e que tem alcançado resultados satisfatórios na difusão do conhecimento sobre ciência e tecnologia, destacando a importância de sua constante manutenção, visto que o compartilhamento de informações passa por alterações de acordo com os novos padrões de consumo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALMEIDA, Marcos Inácio Severo de et al. Quem lidera sua opinião? Influência dos formadores de opinião digitais no engajamento. Revista de Administração Contemporânea, v. 22, p. 115-137, 2018.

BURGESS, J; GREEN, J. Youtube e a revolução digital. São Paulo: ALEPH PUBLICAÇÕES E ASSESSORIA PEDAGÓGICA LTDA, 2009.

CINTRA, Flavia Cristina. Marketing Digital: a era da tecnologia on-line. Investigação, v. 10, n. 1, 2010.

MARILUCE MOURA: 'REDES SOCIAIS SÃO FUNDAMENTAIS NA DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÃO, FORMATOS E EXPERIMENTAÇÃO'. Entrevista concedida a Carolina Medeiros. Com Ciência, site comciencia.com, volume do exemplar, dossiê 197, abril, 2018. Disponível em: <https://www.comciencia.br/mariluce-moura/>. Acesso em 13 de julho de 2023.