

DIVULGAÇÃO E FORMAÇÃO CIENTÍFICA NAS MÍDIAS SOCIAIS

XXVIII Encontro de Extensão

Camila Stephane Cardoso Sousa, Nabucodonosor Carneiro de Queiroz, Maria Claudete Lima

Encontros Universitários da UFC 2019

Nos últimos anos, as mídias sociais têm alcançado um número cada vez maior de usuários, o que leva Empresas e pessoas influentes a usarem as redes sociais como principal meio de marketing. Só no Brasil, há cerca de 130 milhões de usuários do Facebook e outros 16 milhões do Instagram. Estes números atraem projetos científicos, educacionais e sociais a também entrarem na rede para alcançar mais pessoas em suas ações. É o que tem acontecido com o Programa TEIA, que está no Facebook desde 2012 e entrou no Instagram em 2015, usados como meios de divulgação das atividades da TEIA. Se a base de seguidores no Facebook nesses anos cresceu até quase 4 mil hoje, no Instagram o crescimento vinha sendo lento, embora viesse sendo mais atualizado desde 2018. No segundo semestre deste ano, a equipe se empenhou em ampliar o alcance do perfil e o número de seguidores. Para tanto, estudou-se o comportamento do público-alvo na rede social; as necessidades do público; as preferências de temas e iniciou-se a produção de conteúdo específico para o Instagram, rede focada na imagem. Adotaram-se as seguintes linhas editoriais de produção de conteúdo, conforme o público-alvo que se pretendia alcançar: divulgação científica; dicas (cursos, filmes, recursos); orientações; inspiração científica. Fez-se um calendário editorial e definiu-se a periodicidade e horário de postagem regular. Os resultados se mostraram logo na primeira semana de aplicação do calendário editorial: em outubro, havia 698 seguidores. Uma semana depois, eram mil seguidores. No momento, 39 dias depois, o perfil tem 1587 seguidores engajados e ativos. Para além da interação que acontece na rede, com comentários elogiosos do público e a troca de experiência com outras contas de projetos similares, tem-se observado um aumento no número de acessos ao site do projeto, o que amplia seu alcance social.

Palavras-chave: MÍDIA SOCIAL. DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA. FORMAÇÃO CIENTÍFICA. INSTAGRAM.