



## VI CONGRESSO DE EXTENSÃO DA AUGM

### EVOLUÇÃO DO IMPACTO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DO PROJETO “ILHA DE CIÊNCIAS”

**Emanuele Rodrigues Cera<sup>1</sup>, Cristiéle da Silva Ribeiro<sup>1</sup>**

<sup>1</sup>Unesp, FEIS/ Departamento de Biologia e Zootecnia, Ciências Biológicas.  
emanuele.cera@unesp.br

**Resumo:** A ciência ainda se mantém intocável no interior dos muros da Universidade, aparentemente distante das pessoas comuns e da sociedade. O atual Currículo Paulista, estabelece que os alunos do fundamental II devem desenvolver habilidades na área de jornalismo e divulgação científica. Dessa maneira, objetivou-se neste trabalho analisar a evolução temporal de métricas de divulgação científica no Instagram dos materiais de divulgação produzidos e publicados por alunos de 8º ano durante a eletiva “Ilha de Ciências”, realizada em 2022. A eletiva, fruto de projeto de extensão, foi implementada na E. E. “Lea Silva de Moraes”, no município de Ilha Solteira, SP, com encontros semanais de 1 hora e 30 minutos. Os alunos desenvolveram dois tipos de materiais de divulgação: o primeiro baseado em artigos da revista Superinteressante, que foram utilizados para roteirização e gravação de três vídeos curtos, com menos de 1 minuto e o segundo baseado em uma palestra ministrada por grupo de pesquisa da UNESP/FEIS, que apresentou trabalhos relacionados à biologia de raias de água doce da região de Ilha Solteira, com roteirização e gravação de um vídeo longo, nos moldes de documentário. Os materiais audiovisuais elaborados foram divulgados na conta do Instagram da eletiva (@science.isa); três vídeos curtos do primeiro material de divulgação (vídeos 1, 2 e 3) e um vídeo extenso do segundo material de divulgação (vídeo 4). As análises da evolução de indicadores de visibilidade, relativo à capacidade de alcance e de engajamento, utilizaram métricas de interação do público; as quais: número de curtidas, comentários, compartilhamentos, visualizações e alcance- fornecidos pela própria rede social em três momentos distintos, 24 horas após divulgação (T1); 05 meses após divulgação (T2) e após 1 ano de publicação (T3). Os vídeos 1, 2 e 3 obtiveram indicadores de engajamento e visibilidade diferentes, com maiores resultados para o vídeo 1, intitulado “De quanto em quanto tempo as galinhas põem ovos?”, obtendo 55% mais visualizações que o Vídeo 2 e 53% a mais que o vídeo 3. O vídeo 4 obteve os maiores resultados, com 5000 visualizações, atingindo cerca de 5% da população do município. A análise temporal das métricas mostrou aumento de interação progressiva nas comparações realizadas, mostrando o tempo como fator para a disseminação de conteúdo. Conclui-se que os vídeos curtos tiveram menor impacto que o vídeo extenso, tanto nas primeiras 24 horas da publicação quanto nos demais meses; e houve aumento progressivo de interesse em todos os conteúdos publicados.

**Palavras-chave:** Divulgação científica, Educomunicação, Engajamento, Ensino Fundamental II, Redes Sociais.

**Financiamento:** PROEC/UNESP

**Eixo temático:**

5. Comunicação e Redes