

# O papel das redes sociais na divulgação científica do projeto S.O.S. Riachos de Maringá

## Área Temática: Meio Ambiente

Mikaela Marques Pulzatto<sup>1</sup>, Beatriz Bosquê Contieri<sup>2</sup>, Carolina Mendes Muniz<sup>1</sup>,  
Rafaela Vendrametto Granzotti<sup>3</sup>, Matheus Maximilian Ratz Scoarize<sup>2</sup>, Evanilde  
Benedito<sup>4</sup>

<sup>1</sup>Alunas de Doutorado em Ecologia de Ambientes Aquáticos Continentais, bolsistas  
CNPq/CAPES – UEM, contato: mikaelampulzatto@gmail.com,  
carolina\_mendes\_muniz@hotmail.com

<sup>2</sup>Mestres em Ciências Ambientais, bolsistas USF-UEM, contato:  
biabcontieri@gmail.com, maxscoarize@gmail.com.

<sup>3</sup>Aluna de Doutorado em Ecologia e Evolução, bolsista CAPES, contato:  
rafaelagranzotti@gmail.com

<sup>4</sup>Prof.<sup>a</sup> Programa de Pós-Graduação em Ecologia de Ambientes Aquáticos Continentais  
– PEA/UEM, contato: eva@nupelia.uem.br

**Resumo.** *O objetivo foi obter um panorama geral da divulgação do projeto S.O.S Riachos pelas redes sociais. Dados foram levantados do Facebook e Instagram: número de publicações e reações, seguidores, gênero, faixa etária, países e estados de origem. A maioria dos seguidores são jovens, mulheres, brasileiros e do Paraná. As temáticas das publicações não diferiram no número de pessoas alcançadas, mas há variação maior no Facebook. O número de reações para as publicações no Facebook apresentou maior variação, ao longo do tempo, mas não houve diferença no número de reações entre as duas redes sociais. As redes sociais são fundamentais para divulgar ações do projeto, favorecendo o engajamento e participação da população.*  
**Palavras-chave:** *educação ambiental – meios de comunicação – ecologia*

## 1. Introdução

O S.O.S Riachos de Maringá é um projeto de extensão universitária financiado pelo programa Universidade Sem Fronteiras, da Superintendência Geral da Ciência, Tecnologia e Ensino Superior do Paraná, que possui diversas vertentes de âmbitos social e ambiental. As atividades sociais desenvolvidas no projeto abrangem educação ambiental realizada em escolas públicas da região (e.g., Maringá, Paiçandu e Sarandi) e mostras científicas oferecidas de forma gratuita para a população. As mostras científicas têm como objetivo a divulgação de pesquisas ecológicas e ambientais realizadas na Universidade Estadual de Maringá (UEM). Outra ação do projeto é voltada para a conservação do meio ambiente com a participação das comunidades locais, através dos mutirões de limpeza, nos quais são realizadas retiradas de resíduos sólidos dos fundos de vale da região. Todas as atividades estão interconectadas e possuem, como objetivo principal, sensibilizar a população para a conservação dos riachos da região.

Dentre as estratégias de sensibilização da população, bem como de publicidade e até mesmo educação, utilizadas pelo S.O.S Riachos, está a divulgação científica. O projeto conta com diferentes meios de divulgação para manter os seguidores informados em relação ao próprio projeto e a conhecimentos científicos relacionados. Um desses meios é a imprensa local (e.g. RPC Maringá, Rede massa, Maringá post, assessoria de

comunicação da UEM), cujo conteúdo atinge amplo público através de reportagens online e exibidas na televisão. Entretanto, a principal via de divulgação do projeto é a internet, especialmente através das redes sociais.

As plataformas digitais, como espaços coletivos e colaborativos, otimizam a divulgação do conteúdo gerado, favorecendo um maior alcance de pessoas e aumentando a popularidade do projeto (ALLEGRETTI et al., 2012). Essa estratégia também tem como objetivo a democratização da ciência, pois trata-se de um espaço aberto para discussão, onde os seguidores podem tirar suas dúvidas e opinar sobre os temas divulgados pelas páginas (ALBAGLI, 1996). Assim, estreita-se as relações entre a universidade (i.e., espaço onde o conhecimento é gerado) e a população em geral.

Diante da importância dessas plataformas digitais para a divulgação científica, objetivou-se obter um panorama geral da divulgação do projeto pelas redes sociais, bem como avaliar o perfil do público-alvo, o alcance e a interação dos seguidores com as matérias divulgadas nas redes sociais.

## **2. Metodologia**

As contas do projeto foram criadas nas redes sociais digitais Facebook (“SOS Riachos de Maringá”) e Instagram (“@sos.riachos”) no dia 26 de fevereiro de 2018. A partir das informações disponibilizadas em ambas as plataformas, foram levantados: o número de publicações; o número de seguidores; o gênero, a faixa etária, os países e os estados do Brasil de origem dos seguidores; e o número de reações para cada publicação. Para esses dados, o período avaliado foi da data de criação até o dia 17 de julho de 2019. Como alguns dados do Instagram só se tornaram disponíveis a partir de maio de 2019, quando a conta “@sos.riachos” se tornou comercial, avaliamos os dados de alcance para cada publicação no período de 07 de maio a 17 de julho de 2019.

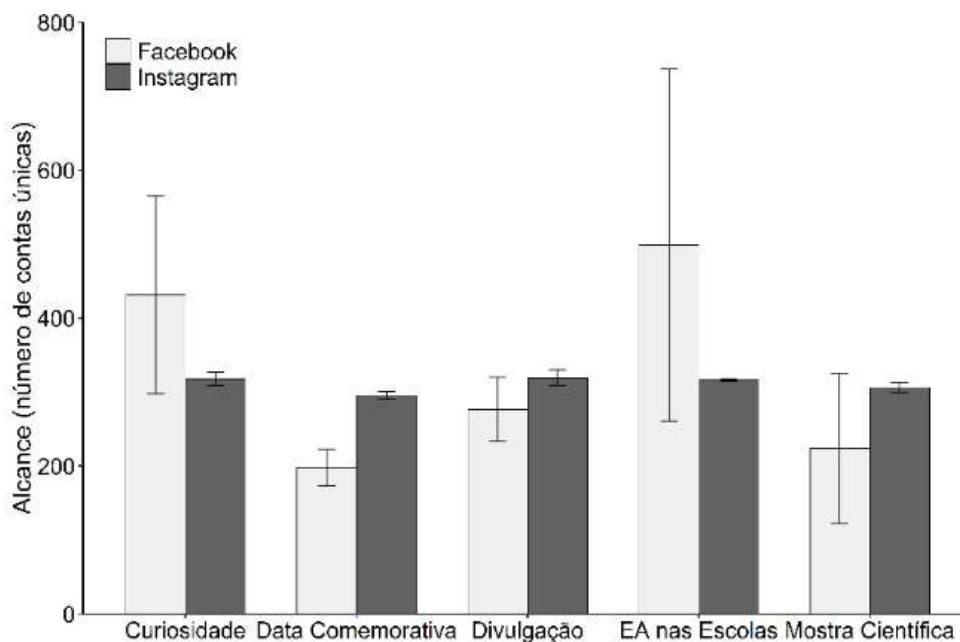
Os temas das matérias publicadas semanalmente, simultaneamente em ambas as redes sociais, foram classificados em cinco principais categorias: i) curiosidade, sobre riachos e o meio ambiente de forma geral; ii) data comemorativa, destacando as principais datas comemorativas ambientais (e.g., dia do Meio Ambiente); iii) divulgação, de atividades abertas ao público (e.g. eventos, reportagens, mutirões), tanto deste projeto, quanto de projetos parceiros (e.g. Maringá Lixo Zero); iv) EA nas escolas, divulgando as atividades de Educação Ambiental (EA) desenvolvidas nas escolas municipais de Maringá, Paiçandu e Sarandi; e v) mostra científica, divulgando os resultados das mostras científicas realizadas pelo projeto (e.g. Águas de Maringá, Semana do Meio Ambiente em Sarandi).

## **3. Resultados e Discussão**

Desde a criação das contas até atualmente, foram realizadas 158 publicações no Facebook e 120 no Instagram. Neste mesmo período, a página do Facebook registrou 537 seguidores, com apenas 4 pessoas que deixaram de seguir a página. Já a página do Instagram apresenta 486 seguidores até o momento. Apesar das diferenças entre as duas redes sociais inerentes ao modo de interação com o usuário (RECUERO, 2007), ambas proporcionam interações significativas entre os usuários (seguidores ou não) e o conhecimento sendo divulgado, desde uma simples visualização até comentários e compartilhamentos.

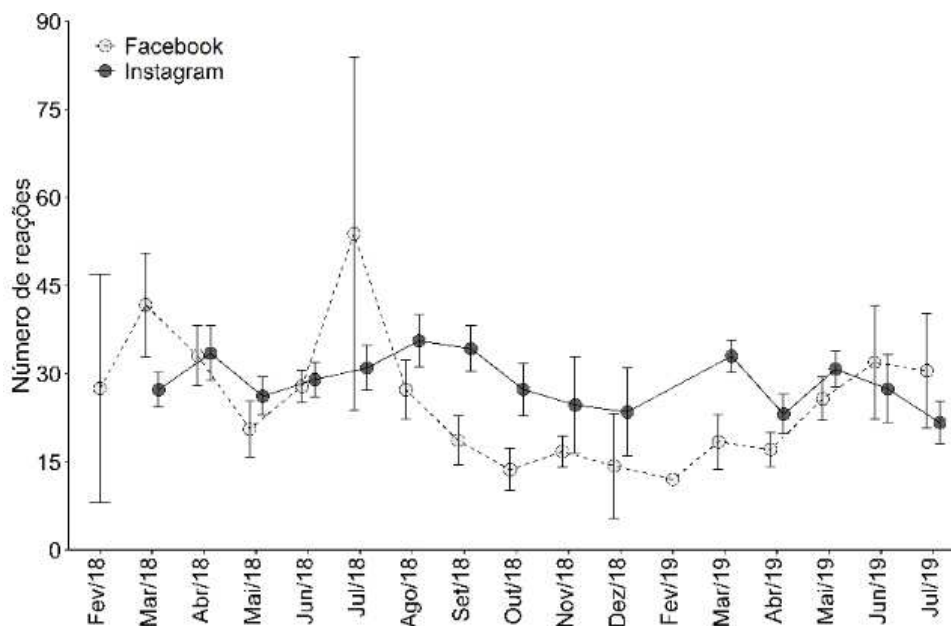
A maioria dos seguidores, tanto no Facebook quanto no Instagram, são do gênero feminino (64%). Quanto à faixa etária, no Facebook, a maioria das mulheres e dos homens são jovens, tendo principalmente entre 18 e 34 anos (71% e 71%, respectivamente). No Instagram, há ainda mais mulheres e homens nesta mesma faixa etária (87% e 84%, respectivamente). Para o país de origem, embora a maioria dos seguidores seja do Brasil, tanto no Facebook (99%) quanto no Instagram (97%), também há seguidores de mais cinco e quatro países, respectivamente. Dentro do Brasil, 48,5% dos seguidores do Facebook são do PR, 21,2% de SP, 7,6% de SC, 4,5% do RS, 4,5% de GO, 3% do RJ, e o restante (10,6%) de mais sete estados. Do Instagram, 71% dos seguidores são do PR, 1% de SP, 1% do RJ e 1% de GO (o restante dos dados não estão disponíveis no Instagram). Esses dados demonstram que o público alcançado pelas redes sociais utilizadas é similar, especialmente na questão de faixas etárias. Portanto, a parceria com outros meios de comunicação, como a imprensa local, proporciona uma ampliação e maior heterogeneidade social do público atingido.

Quanto às publicações, não houve diferença entre os temas e nem entre as redes sociais em relação ao número de pessoas alcançadas pelas matérias (Figura 1). Mesmo assim, visualmente, houve uma variação muito maior no número de pessoas alcançadas no Facebook, do que no Instagram. EA nas escolas e curiosidade foram os temas com as maiores médias de pessoas alcançadas no Facebook, enquanto no Instagram, o alcance apresentou pouca diferença entre as categorias.



**Figura 1. Média (colunas) e erro padrão (whiskers) do número de contas únicas alcançadas pelas publicações nas páginas do SOS Riachos no Facebook e no Instagram, de acordo com os diferentes temas, no período de 07 de maio a 17 de julho de 2019.**

O número de reações para as publicações no Facebook também apresentou uma variação ao longo do tempo bem maior do que no Instagram (Figura 2). Apesar disso, não houve diferença no número de reações entre as duas redes sociais, assim como não houve nenhuma tendência ao longo do tempo, se mantendo relativamente estável (Figura 2).



**Figura 2. Média (círculo) e erro padrão (whiskers) das reações para as publicações nas páginas do SOS Riachos no Facebook e no Instagram, mensalmente, no período de 26 de fevereiro de 2018 a 17 de julho de 2019.**

Além das redes sociais, cabe destacar que a RPC Maringá (que abrange mais de um milhão de espectadores regionalmente) exibiu na Semana do Meio Ambiente no jornal Meio Dia Paraná uma série de reportagens sobre as atividades desenvolvidas pelo projeto. Além disso, partes dessa série, em outro formato, foram exibidas para todo o estado no programa “Meu Paraná” (que abrange aproximadamente 11 milhões de espectadores paranaenses).

#### 4. Conclusão

A divulgação científica é um meio importante de democratização da ciência e de inclusão da sociedade nos debates científicos, e nesse contexto, os meios de comunicação, principalmente as mídias sociais, têm um papel fundamental na divulgação das ações do projeto, permitindo o engajamento e a participação da população.

#### 5. Referências

- ALBAGLI, Sarita. Divulgação científica: informação científica para a cidadania? *Ciência da Informação*. Brasília, v. 25, n. 3, p. 396-404. 1996.
- ALLEGRETTI, S. M. M. et al. Aprendizagem nas redes sociais virtuais: o potencial da conectividade em dois cenários. *Revista contemporaneidad educacion y tecnologia*, v. 1, n. 2, p. 53-60, 2012.
- RECUERO, Raquel. Considerações sobre a Difusão de Informações em Redes Sociais na Internet. *Anais do VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul*. Passo Fundo: Intercom Sul, 2007.