

Narrativa transmídia como estratégia de divulgação científica: um relato de experiência envolvendo o PPGCOM da UFRR¹

Melissa Nathalia Pinheiro Lima²
José Tarcísio da Silva Oliveira Filho³
Universidade Federal de Roraima - UFRR

RESUMO

Este artigo discute como a divulgação científica pode ser potencializada pelas plataformas digitais, promovendo visibilidade e engajamento através do uso da narrativa transmídia. Assim, relata uma estratégia de divulgação desenvolvida no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Roraima, que integra um projeto do Programa Institucional de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação - PIBITI. A metodologia envolve análise qualitativa das práticas comunicacionais e uma proposição de formatos midiáticos de divulgação científica no Instagram e no site do Programa. Os resultados incluem a criação de identidade visual coesa e a produção de conteúdos transmídia envolvendo a comunidade acadêmica.

PALAVRAS-CHAVE: Ciência; Divulgação; Plataformas; Transmídia; Comunicação.

Introdução

A iniciação científica, tecnológica e de inovação representa um estágio fundamental na formação de estudantes de graduação ao introduzi-los sobre métodos, produção do conhecimento científico e maneiras de aplicá-los socialmente. Trata-se de um processo que visa desenvolver habilidades investigativas, pensamento crítico e autonomia intelectual, além de contribuir com a formação de futuros pesquisadores. No entanto, para que esse conhecimento gerado nas universidades alcance a sociedade de forma eficaz, torna-se essencial a existência de estratégias de comunicação que priorizem a acessibilidade e a compreensão ampla do conteúdo científico.

No campo da comunicação da ciência, tradicionalmente reconhecem-se três modelos de difusão do conhecimento científico: a disseminação, voltada para

¹ Trabalho apresentado no IJ05 – Comunicação, Cultura Digital e Tecnologias da Intercom Júnior – 21ª Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Jornalismo da UFRR, bolsista PIBITI do CNPq, email: melissanathalia6@gmail.com.

³ Professor do Curso de Jornalismo e do PPGCOM da UFRR, email: jose.tarcisio@ufrr.br.

especialistas; a divulgação, que busca o público não especializado; e a comunicação científica propriamente dita, que se refere à troca entre os próprios cientistas (Albagli, 1996). A divulgação científica, nesse contexto, ocupa um papel central, pois atua como ponte entre a academia e a sociedade, traduzindo a linguagem técnica para termos acessíveis ao grande público.

Este artigo trata-se de um relato de experiência do projeto *Cultura de divulgação científica na pesquisa em comunicação: planejamento e produção de processo transmídia no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFRR*, inserido no Programa Institucional de Iniciação em Desenvolvimento Tecnológico e Inovação (PIBIT) da Universidade Federal de Roraima (UFRR). São utilizadas as metodologias de pesquisa bibliográfica (Stumpf, 2005), sobre conceitos relativos à difusão do conhecimento científico e internet; além de estudo de caso (Yin, 2006) envolvendo as ações de divulgação científica desenvolvidas nas plataformas digitais do PPGCOM da UFRR.

Referencial teórico

Segundo Albagli (1996), a divulgação científica pode ter funções educacionais, cívicas e mobilizadoras, sendo um instrumento de fortalecimento da cidadania e de participação social nos rumos da ciência e da tecnologia. A autora também discute as motivações por trás da popularização da ciência, que variam de intenções democráticas a interesses corporativos e estratégicos, mostrando que a forma como a ciência é comunicada reflete diferentes posicionamentos sobre o papel do conhecimento na sociedade.

Com o advento da web 2.0 – que possibilitou maior colaboração dos usuários na produção de conteúdo – e das plataformas de mídias sociais, novas possibilidades para a divulgação científica emergiram, entre elas a narrativa transmídia. Este conceito, como discutido por Jenkins (2009) e explorado por Figueiredo (2016), refere-se à prática de contar uma história por meio de diversas plataformas e linguagens, em que cada mídia oferece uma contribuição única e complementar à narrativa total.

A narrativa transmídia não é apenas uma repetição do mesmo conteúdo em diferentes meios (a chamada crossmídia), mas sim uma expansão do universo

informacional por várias vias de comunicação, potencializando a interação com o público. Figueiredo (2016) observa que essa forma de narrar permite a construção de redes de significado entre os diferentes fragmentos narrativos, favorecendo interpretações mais ricas e diversificadas por parte dos usuários. Neste sentido, considera-se o usuário como sendo peça fundamental no processo transmídia, já que sua ação é necessária para que as diversas mensagens sejam acessadas e complementadas.

Em sua dissertação, Pepita Ortega (2021) fornece uma compreensão aprofundada das possibilidades do jornalismo transmídia na comunicação científica. Para a autora, esse tipo de narrativa permite uma abordagem mais atrativa, participativa e contextualizada da ciência, utilizando-se das especificidades de cada plataforma digital para engajar diferentes públicos. Ortega (2021) argumenta que, ao adaptar o conteúdo científico para múltiplas linguagens e mídias, é possível explorar os aspectos sensíveis e humanos da ciência, tornando-a mais próxima e significativa para a sociedade. Ela enfatiza que o jornalismo transmídia pode superar os limites do jornalismo tradicional ao permitir maior profundidade, pluralidade de vozes e formas de engajamento do público, especialmente em tempos de desinformação e crise de confiança na ciência.

A pesquisa em Comunicação nas mídias digitais

O uso da narrativa transmídia como estratégia de divulgação científica tem se mostrado eficaz na ampliação do alcance e da compreensão do conhecimento acadêmico. Um exemplo prático dessa abordagem pode ser observado nas iniciativas do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Roraima (PPGCOM-UFRR), por meio de um projeto vinculado ao PIBTI que teve início em setembro de 2024. Através da publicação de conteúdos adaptados às especificidades de cada mídia, como Instagram e website, a temática abordada é trabalhada com diferentes formas de apresentação e linguagem, atingindo os receptores de maneira mais eficaz e contextualizada.

No perfil do Instagram do PPGCOM-UFRR, por exemplo, a informação é condensada em *cards* visuais, utilizando cores, formas, fontes e elementos gráficos que facilitam a leitura rápida e a memorização. Esses materiais são pensados de forma a atrair a atenção do usuário em meio ao fluxo constante de conteúdos da plataforma,

promovendo o acesso instantâneo a informações relevantes. No site, o mesmo conteúdo é expandido em textos mais densos, que permitem uma compreensão mais aprofundada.

Essa articulação entre diferentes níveis de profundidade foi estruturada com base nos princípios da narrativa transmídia discutidos por Jenkins (2006), em que cada fragmento narrativo é compreensível por si, mas ao se juntarem, contribuem para um entendimento mais amplo e integrado. Nesse processo, os hiperlinks desempenham o papel principal, como mecanismos de conexão entre os diferentes meios. Ao inserir links nos conteúdos (por meio da *bio* no perfil do Instagram), busca-se facilitar a transição do usuário entre plataformas digitais, promovendo o acesso a materiais complementares ou expandidos que não estão imediatamente disponíveis na página em que se encontram. Tal prática aprofunda a experiência informacional e amplia o potencial de engajamento do público com o conteúdo científico.

Esse trabalho de adaptação não só respeita as características de cada plataforma, como também possibilita que diferentes perfis de usuários tenham acesso à informação de acordo com suas preferências de consumo. Tal dinâmica responde ao que Scolari (2013), citado por Ortega (2021), define como uma "sociedade transmídia", em que os indivíduos estão cada vez mais habituados a transitar entre mídias e formatos, construindo seu próprio percurso de interpretação.

O desenvolvimento de uma estratégia de divulgação científica padronizada no âmbito do PPGCOM-UFRR ainda está em andamento, mas tem se concentrado, também, na criação de uma identidade visual coesa e facilmente reconhecível. No decorrer do semestre 2024.2 as ações de comunicação do PPGCOM-UFRR contaram com a participação de uma equipe formada por estagiários do Estágio Supervisionado Obrigatório do Curso de Jornalismo da instituição. A equipe era composta por três integrantes que se revezavam entre as funções de social media, redator(a) e designer gráfico, em um sistema de rodízio que possibilitou a vivência prática em todas as etapas da produção de conteúdo.

Essa organização permitiu não apenas a ampliação das competências técnicas dos estagiários, como também a consolidação de uma dinâmica de trabalho colaborativa e multidisciplinar. A estrutura adotada foi planejada estrategicamente para contemplar os princípios da comunicação transmídia, promovendo a criação de conteúdos diversos, adequados às especificidades de cada plataforma digital utilizada no processo.

Entre as ações já implementadas no perfil, que já ganhou cerca de 100 seguidores desde o início do projeto, destacam-se quadros como o *#TBT*, voltado à valorização da memória institucional por meio da lembrança de eventos e atividades promovidas ou apoiadas pelo Programa; o *Minha Pesquisa em um Reels* (Figura 1), composto por vídeos curtos em que discentes e egressos apresentam, de forma sintética e acessível, suas pesquisas; além da produção de *cards* com formatos definidos para cada tipo de conteúdo a ser divulgado, como editais, eventos, matérias do site e defesas de dissertação.

Figura 01: Quadro “Minha Pesquisa em um Reels”, com as mestrandas Isabela Bastos, Emmily Melo e Amanda Mesquita.



Fonte: Reprodução/PPGCOM-UFR (Instagram)

Todo o material segue um padrão visual que inclui paleta de cores e tipografia bem definidas, com variações específicas na composição gráfica dependendo do assunto tratado, como para a edição de vídeos do *Minha Pesquisa em um Reels*, em que o *template* desvia brevemente do padrão liso e geométrico para seguir a proposta do entretenimento, com elementos animados que realçam a linguagem corporal da pessoa que se apresenta despojada, porém, ainda acadêmica – em uma tentativa de se aproximar do público jovem, que responde por parcela significativa dos usuários desses espaços virtuais (Newman et al. 2024).

A redação de textos também é adaptada não só para mídias sociais, mas para a compreensão geral dos assuntos do PPGCOM-UFRR pelo público externo, evitando o uso de termos acadêmicos em prol da linguagem direta. Essa padronização contribui para a consolidação de uma imagem institucional coerente, que fortalece o reconhecimento do Programa e facilita a comunicação com diferentes públicos, conforme preconiza as normas de ações de popularização da ciência (Brasil, 2023).

Em adição a esse trabalho já posto em prática, está sendo concebido um manual de identidade visual e uma política de comunicação interna com o objetivo de assegurar a continuidade e a consistência da comunicação institucional, mesmo diante da rotatividade de estagiários e bolsistas, visando garantir que as diretrizes estejam claramente definidas e acessíveis, permitindo que novos integrantes da equipe mantenham os padrões visuais e editoriais estabelecidos. Essa preocupação com a sustentabilidade das práticas comunicacionais está em consonância com as recomendações de Ortega (2021) sobre a necessidade de planejamento e coordenação na produção de narrativas transmidiáticas.

Diante desse cenário, a análise das métricas do perfil no Instagram do PPGCOM-UFRR no período de 24 de março a 21 de junho de 2025, evidencia resultados positivos da estratégia implementada. Nesse intervalo, o perfil registrou mais de 10 mil visualizações, com 59,5% oriundas de seguidores e 40,5% de usuários não seguidores, como demonstra a Figura 2.

Figura 02: Print do painel profissional do Instagram do PPGCOM-UFRR



Fonte: Reprodução/PPGCOM-UFRR (Instagram)

Esses dados indicam uma boa capacidade de alcance para além do público já consolidado, especialmente em conteúdos no *feed* e em vídeos do tipo *Reels*. Por sua vez, os *stories*, utilizados como recurso de circulação ágil e reforço das publicações principais, foram visualizados majoritariamente por seguidores, funcionando como instrumento complementar de engajamento contínuo com a comunidade já conectada ao PPGCOM-UFRR.

Inspiradas pelas reflexões de Ortega (2021), Albagli (1996) e Figueiredo (2016), as práticas desenvolvidas no âmbito do PPGCOM-UFRR demonstram como é possível integrar teorias contemporâneas da comunicação e a narrativa transmídia à prática da divulgação científica em ambientes universitários. Essas estratégias não apenas ampliam a visibilidade da produção acadêmica, como também contribuem para o fortalecimento

do vínculo entre universidade e sociedade, promovendo uma ciência mais acessível, plural e cidadã. Também se alinham com uma visão de jornalismo mais humanizado e engajado, como defendido por autores como Medina (2008), citado por Ortega (2021), que propõe uma prática jornalística orientada pela escuta, pela representação simbólica e pela ética do cuidado.

Considerações Finais

A comunicação científica, mediada pelas práticas jornalísticas e potencializada pelas tecnologias digitais, como as oriundas da narrativa transmídia, apresenta-se como um caminho promissor para a democratização do conhecimento produzido nas universidades brasileiras. A experiência do PPGCOM-UFRR, mesmo que incipiente, ilustra como a combinação entre narrativa transmídia e padronização visual pode potencializar a difusão de conhecimentos produzidos em um programa de pós-graduação, tornando-os mais inclusivos e eficiente, contribuindo, ainda, com o impacto social do Programa.

Ao adaptar conteúdos para diferentes plataformas digitais e estabelecer diretrizes claras de identidade, o Programa além de ampliar seu impacto, também reforça seu compromisso com a comunidade dentro e fora do espaço universitário. Como destacam Albagli (1996) e Figueiredo (2016), a comunicação científica deve ser entendida como um processo dinâmico, que exige tanto criatividade na abordagem quanto rigor na execução. O trabalho em desenvolvimento busca justamente consolidar esse equilíbrio, contribuindo para um modelo replicável em outras instituições.

Destaca-se, ainda, o potencial de redução das assimetrias regionais, enquanto diretriz do Programa Nacional de Popularização da Ciência (Brasil, 2023). O PPGCOM da UFRR é um dos cinco Programas de pós-graduação em Comunicação localizados no Norte do Brasil, a região com menor quantidade de PPGs da área. Uma comunicação eficaz voltada à divulgação científica é uma forma de superar as grandes distâncias entre esses espaços de produção de conhecimento, rompendo com o isolamento geográfico e permitindo que usuários de outras regiões do país e do mundo conheçam as pesquisas desenvolvidas na região amazônica.

Referências

ALBAGLI, Sarita. Divulgação científica: informação científica para a cidadania? **Ciência da Informação**, Brasília, v. 25, n. 1, p. 63–72, jan./abr. 1996. Disponível em: <http://revista.ibict.br/ciinf/article/view/255>. Acesso em: 15 abr. 2025.

BRASIL. Decreto Nº 11.754, de 25 de outubro de 2023. **Institui o Programa Nacional de Popularização da Ciência - Pop Ciência e o Comitê de Popularização da Ciência e Tecnologia - Comitê Pop**. Brasília DF: Diário Oficial da União, 2023. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023-2026/2023/decreto/d11754.htm. Acesso em: 25 abr. 2025.

FIGUEIREDO, Camila Augusta Pires de. Narrativa transmídia: modos de narrar e tipos de histórias. In: Encontro Nacional de Pesquisa em Comunicação (Compós), 25., 2016, Goiânia. **Anais [...]** Goiânia: COMPÓS, 2016. p. 45–49. Disponível em: <https://www.compos.org.br/>. Acesso em: 15 abr. 2025.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Tradução de Susana Alexandria. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

MEDINA, Cremilda. **Notícia: um produto à venda**: o negócio da informação: o jornalismo na sociedade contemporânea. São Paulo: Summus, 2008.

NEWMAN, Nic; FLETCHER, Richard; ROBERTSON, Craig; ARGUEDAS, Amy; NIELSON, Rasmuns. **Reuters Institute Digital News Report 2024**. Oxford: Institute for the Study of Journalism, 2024. Disponível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2024-06/RISJ_DNR_2024_Digital_v10%20lr.pdf. Acesso em: 02 abr. 2025. DOI: 10.60625/risj-vy6n-4v57

ORTEGA, Pepita. **Jornalismo transmídia e divulgação científica**: possibilidades e experiências. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, 2021.

SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas transmídia: quando todos os meios contam. **Revista Comunicação e Sociedade**, v. 63, p. 79–105, 2013.

STUMPF, Ida. Pesquisa bibliográfica. In.: DUARTE, Jorge; BARROS, Antônio (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, p. 51 – 61, 2012.

YIN, Robert K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 3. ed. Porto Alegre, RS: Bookman, 2005