

A ciência está *on*: estratégias de comunicação para a divulgação das atividades da 3ª Feira de Ciências da UEMG Frutal¹

Ariane Barbosa LEMOS²
Isabel Almeida de OLIVEIRA³
Fábio Rodrigues SILVA⁴
Taís Arthur CORRÊA⁵
Josney Freitas SILVA⁶

Universidade do Estado de Minas Gerais, Frutal, MG

RESUMO

Descreve estratégias de comunicação digital aplicadas para a divulgação das atividades da 3ª Feira de Ciências da Universidade do Estado de Minas Gerais, Unidade Acadêmica de Frutal, realizada em outubro de 2023. O projeto de extensão Feira de Ciências é realizado bianualmente, desde 2019, com a proposta de atender a escolas públicas e privadas de educação básica e promover a integração entre ensino, universidade e comunidade. Apresenta as ações executadas no ensejo do projeto de extensão vinculado à Feira de Ciências, compreendendo a divulgação das atividades nas fases de pré e pós-produção, além do evento de exposição das propostas selecionadas para a Feira de Ciências. As estratégias de comunicação voltaram-se para o público interno (UEMG Frutal) e externo (cidade de Frutal e região), com foco em práticas de assessoria de imprensa e de marketing digital. A produção de releases e notícias institucionais bem como a divulgação na rede social do *Instagram* destacam-se entre as ações executadas, ampliando a visibilidade das atividades da 3ª Feira Ciências da UEMG Frutal.

PALAVRAS-CHAVE: feira de ciências; plano de comunicação; divulgação científica; Instagram; UEMG Frutal.

INTRODUÇÃO

A divulgação da 3ª Feira de Ciências da Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), Unidade Acadêmica de Frutal, em 2023, vinculou-se ao projeto de extensão “Plano de Comunicação: uma proposta de divulgação das atividades da 3ª Feira de Ciências da UEMG Frutal”, aprovado no Edital UEMG PAEx 17/2023. Por meio do projeto foram planejadas e executadas ações de comunicação direcionadas aos públicos internos e externos à UEMG Frutal, em prol da terceira edição da Feira de Ciências.

¹ Trabalho apresentado na Jornada de Extensão, evento integrante da programação do 27º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 30 de maio a 1º de junho de 2024.

² Orientadora e Coordenadora do Projeto. Professora do Curso de Jornalismo da UEMG Frutal, email: ariane.lemos@uemg.br.

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda e bolsista no Edital UEMG PAEx 17/2023, email: isabel.1098377@discente.uemg.br.

⁴ Professor do Curso de Engenharia de Produção da UEMG Frutal, email: fabio.rodrigues@uemg.br.

⁵ Professora do Curso de Engenharia de Alimentos da UEMG Frutal, email: tais.correa@uemg.br.

⁶ Professor do Curso de Administração da UEMG Frutal, email: josney.silva@uemg.br.

O escopo do projeto compreendeu estratégias de comunicação institucional e de marketing digital, a fim de dar visibilidade às atividades programadas. Nesse sentido, foram traçadas ações envolvendo assessoria de imprensa (Duarte, 2011) e comunicação digital (Kotler; Kartajaya; Setiawan, 2017). A Feira de Ciências é realizada bianualmente e atende a escolas públicas e privadas de educação básica, promovendo a integração entre ensino, universidade e comunidade. A iniciativa é idealizada e organizada pelo Núcleo de Pesquisa, Ensino e Extensão em Ciências da Natureza (NUPEEC) da UEMG Frutal.

NOTAS I: SOBRE FEIRAS DE CIÊNCIAS E TECNOLOGIAS SOCIAIS

As feiras de ciências podem ser vistas como atividades práticas experimentais que, ao trabalharem conteúdos curriculares específicos, permitem que os estudantes ampliem o seu olhar sobre as ciências, levando-os a adquirir conhecimento. Ao enfatizar esse caráter educativo das feiras de ciências, Maximino (2021, p. 2) descreve que as atividades práticas então mobilizadas na confecção dos projetos possibilitam aos estudantes utilizarem “os métodos científicos para coletar e analisar dados de maneira estratégica e unificada [aplicando], em escala diminuída, os mesmos passos que os pesquisadores profissionais usam para produzir informações novas”. Outro aspecto enfatizado pelo autor diz respeito à aproximação que a instituição de ensino promotora de eventos dessa natureza estabelece com a comunidade onde ela está inserida.

A partir de 2004, o Ministério de Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) passou a promover a Semana Nacional de Ciência e Tecnologia (SNCT), com o objetivo de “[...] mobilizar a população em torno da importância da ciência como ferramenta para geração de valor, de inovação, de riquezas, de soluções para os desafios nacionais, de inclusão social e melhoria da qualidade de vida” (MCTI, s/d, online). Tradicionalmente realizada no mês de outubro, a SNCT inspira a promoção de feiras de ciências em todo o país, a exemplo da Feira de Ciências da UEMG Frutal.

NOTAS II: PROJETO FEIRA DE CIÊNCIAS DA UEMG FRUTAL

Desde a primeira edição, em 2019, o projeto Feira de Ciências da UEMG Frutal oferece cursos de formação continuada para professores da educação básica, visitas guiadas à universidade e tutoria de grupos. O ponto alto está nas apresentações de propostas científico-tecnológicas desenvolvidas por alunos e professores. As ações pós-

evento incluem visita técnica dos estudantes premiados e o aprimoramento dos projetos vencedores.

As atividades foram iniciadas no dia 05 de maio de 2023, em evento inaugural, compreendendo a realização de visitas, com mais de 10 *tours* pelas instalações da UEMG Frutal para aproximadamente 200 estudantes de escolas de Frutal e região, e a oferta de cinco cursos de formação continuada e duas palestras, com encontros presenciais e virtuais, atendendo a mais de 900 profissionais da educação de diversos estados brasileiros, com diferentes níveis de formação. Nessa fase, foram realizadas 21 tutorias com grupos que solicitaram apoio para o desenvolvimento de projetos, incluindo o uso de laboratórios da UEMG Frutal para o teste de experimentos.

Durante a Feira de Ciências 2023, no dia 25 de outubro, foram apresentadas as propostas dos 48 projetos assinadas por professores e alunos de 12 escolas públicas e privadas de Frutal. Cerca de 1.200 pessoas visitaram os *stands* montados nas dependências da UEMG Frutal. A terceira edição elegeu como tema “Bioeconomia e Sustentabilidade” e homenageou a professora do Instituto Tecnológico de Aeronáutica (ITA), Doutora Sonia Guimarães, primeira mulher negra doutora em física no Brasil.

NOTAS III: DIVULGAÇÃO DA 3ª FEIRA DE CIÊNCIAS DA UEMG FRUTAL

Trabalhar a divulgação das atividades de uma feira de ciências enquadra-se no processo de divulgação científica. Segundo Bueno (2010, p. 2), “a divulgação científica compreende a utilização de recursos, técnicas, processos e produtos [veículos ou canais] para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo”. Isso quer dizer que a divulgação científica faz circular conteúdos relacionados a pesquisas científicas, inovações e tecnologias de forma ampla e não é direcionada a um público especializado, tornando-se uma ferramenta de produção de conhecimento do público não-acadêmico/científico.

Para a divulgação da Feira de Ciências, duas ferramentas da comunicação organizacional (Kunsch, 2008) foram aplicadas: da comunicação institucional, a assessoria de imprensa, e da comunicação mercadológica, o marketing, com ênfase no uso de plataformas de redes sociais digitais. Já o desenho do plano de comunicação assumiu como referência as etapas descritas por Pimentel e Rodrigues (2018).

No caso da Feira de Ciências, a primeira etapa do Plano de Comunicação realizou o diagnóstico, traçando as características do cliente institucional, mapeando canais de comunicação e definindo os públicos de interesse. Considerando o contexto da UEMG Frutal, internamente, os públicos de interesse são diretoria, docentes, discentes e servidores técnicos-administrativos; externamente os públicos são diretores, professores e estudantes de escolas públicas e privadas de Frutal e região, Reitoria da UEMG, imprensa de Frutal e região e instituições parceiras da Feira.

Os canais de comunicação identificados foram: site oficial (www.feiradecienciasdauemgfrutal.com.br) e redes sociais digitais Instagram ([@eiradecienciasuemgfrutal/](https://www.instagram.com/eiradecienciasuemgfrutal/)), Facebook ([@uemgfrutalfeiradeciencias](https://www.facebook.com/uemgfrutalfeiradeciencias)) e YouTube ([@feiradecienciasuemgfrutal](https://www.youtube.com/@feiradecienciasuemgfrutal)).

O plano de comunicação contemplou as ações de postagens de conteúdos nas redes sociais oficiais da Feira de Ciências; comunicados para a imprensa de Frutal e região; informes às equipes de assessoria de comunicação das instituições patrocinadoras, parceiras e/ou apoiadoras da Feira; e divulgação das atividades e prazos de inscrição para a comunidade de ensino (profissionais de educação e/ou estudantes).

Entre os meses de julho (quando da aprovação no edital UEMG PAEx 17/2023) e setembro de 2023, foram realizadas as atividades: elaboração de lista de contatos da imprensa de Frutal e região e das equipes de comunicação das empresas parceiras para o envio de comunicados; conexão dos canais oficiais de mídia social da Feira aos perfis oficiais das escolas de Frutal e perfis oficiais temáticos na área de ciências e tecnologia; divulgação de inscrições para participação nas atividades ofertadas pela Feira: cursos de formação continuada, mentorias e inscrição de projetos para a Feira; mapeamento de *hashtags* de interesse para os *posts* no *Instagram*; produção e postagem de conteúdos nas redes sociais; e produção de sugestões de pauta para a imprensa.

Nesse período, o trabalho de assessoria de imprensa incluiu: produção e envio de releases para a imprensa de Frutal e região referentes ao lançamento da programação e da grade de atividades de palestras e cursos de formação continuada; produção e envio de uma notícia institucional para as equipes de Assessoria de Comunicação da UEMG Frutal e da Reitoria da UEMG; e agendamento de e acompanhamento de entrevistas em rádios de Frutal, por meio de parceria com a Ascom da UEMG Frutal.

No que diz respeito ao marketing digital, os esforços foram concentrados nas redes sociais oficiais da Feira de Ciências, da seguinte forma: *Instagram*: atualização do perfil oficial (nova redação no texto de descrição da bio, produção de *reels* e criação de destaques), interação com outros perfis pessoais e institucionais; *Facebook*: postagens no *feed* feitas de forma sincronizada com o *Instagram*; *YouTube*: atualização da página com a inserção de vídeos produzidos.

No perfil do *Instagram*, a postagem com maior destaque é o *reel* (formato de vídeo) “Eu chegando na 3ª Feira de Ciências da UEMG Frutal”, em alusão ao *trend* (conteúdo viral) do cantor norte-americano Bruno Mars (Figura 1).

Figura 1 – Captura de tela *reel*



Fonte: *Instagram* @feiradecienciasuemgfrutal, 2024
 Disponível em https://www.instagram.com/p/CyRVH8_x6K6/

As métricas referentes ao período em que o Plano de Comunicação foi executado (1º julho a 26 outubro de 2023) confirmam os resultados positivos das ações executadas, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – Métricas do Perfil da Feira de Ciências da UEMG Frutal na plataforma *Meta*

 Alcance no Facebook	 Alcance no Instagram
6.681 ↑ 331%	8.924 ↑ 485%
Interação com o conteúdo do Facebook	Interação com o conteúdo do Instagram
164 ↑ 40,2%	1606 ↑ 241%
Seguidores no Facebook	Seguidores no Instagram
6 ↑ 50%	234 ↑ 185%

Fonte: *Instagram* @feiradecienciasuemgfrutal, 2023

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As ações de divulgação das atividades da 3ª Feira de Ciências: Bioeconomia e Sustentabilidade, entres os meses de julho e outubro de 2023, foram executadas conforme previsto no Plano de Comunicação e garantiram bons resultados. O perfil no *Instagram*, priorizou a cobertura da SCTI-Frutal, incluindo as atividades das Feiras de Ciências, o que possibilitou a ampliação do número de seguidores. As inserções na imprensa, por sua vez, permitiram dar visibilidade à proposta da Feira de Ciências junto à imprensa de Frutal e região. As ações auxiliaram a divulgação científica, pautando as propostas contidas nos projetos selecionados para a Feira de Ciências. As estratégias de comunicação permitiram uma interação entre a universidade e a cidade de Frutal.

REFERÊNCIAS

DUARTE, Jorge. Assessoria de Imprensa no Brasil. In: DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia: teoria e prática**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2011, p. 51-74.

KOTLER, Philip; KARTAJAYA, Hermawan; SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: Mudança do Tradicional para o Digital**. Coimbra, Portugal: Conjuntura Actual Editora, 2017.

KUNSCH, Margarida Maria Krohling. Planejamento estratégico da comunicação. In: KUNSCH, M. M. K. (Org.). **Gestão estratégica, comunicação organizacional e relações públicas**. Caetano do Sul: Difusora Editora, 2008, p. 107-124.

MAXIMINO, Caio. **Feiras de ciências e tecnologias educacionais: um guia para potencializar a aprendizagem por investigação**. UNIFESSPA/PPGECM, Marabá/PA, 2021. Disponível em: https://educapes.capes.gov.br/bitstream/capes/599628/2/Feiras_de_ciencias.pdf. Acesso em 09 fev. 2024.

MCTI, Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação. O que é a Semana Nacional de Ciência e Tecnologia? **MCTI**, Brasília [S. d.]. Disponível em <https://semanact.mcti.gov.br/o-que-e-a-semana-nacional-de-ciencia-e-tecnologia/>. Acesso em 09 fev. 2023.

PIMENTEL, Marina de Oliveira; RODRIGUES, Fabíola Cottet. **Em pauta: manual prático de comunicação organizacional**. 2ª ed. Curitiba: Editora Intersaberes, 2018

RECUERO, Raquel. **Introdução à análise de redes sociais**. Salvador: EDUFBA, 2017.