

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA
UNIVERSIDADE ABERTA DO BRASIL
ESPECIALIZAÇÃO EM MÍDIA E EDUCAÇÃO**

ALINE SILVA DEJOSI NERY

**REDES SOCIAIS DIGITAIS E EDUCAÇÃO NÃO FORMAL: UMA ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DO ESPAÇO CIÊNCIA VIVA**

**São Borja
2025**

ALINE SILVA DEJOSI NERY

**REDES SOCIAIS DIGITAIS E EDUCAÇÃO NÃO FORMAL: UMA ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DO ESPAÇO CIÊNCIA VIVA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Pós-Graduação Lato Sensu – Especialização em Mídia e Educação da Universidade Aberta do Brasil/Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Especialista em Mídia e Educação.

Orientadora: Cátia Melissa Silveira Rodrigues

**São Borja
2025**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente com os dados fornecidos
pelo(a) autor(a) através do Módulo de Biblioteca do
Sistema GURI (Gestão Unificada de Recursos Institucionais) .

N456r Nery, Aline Silva Dejosi
REDES SOCIAIS DIGITAIS E EDUCAÇÃO NÃO FORMAL: uma análise
das estratégias do Espaço Ciência Viva / Aline Silva Dejosi
Nery.
22 p.

Trabalho de Conclusão de Curso(Especialização)--
Universidade Federal do Pampa, ESPECIALIZAÇÃO EM MÍDIA E
EDUCAÇÃO, 2025.

"Orientação: Cátia Melissa Silveira Rodrigues".

1. Comunicação digital. 2. Identidade visual. 3.
Estratégias comunicacionais. 4. Popularização da ciência. 5.
Museu de Ciências. I. Título.

ALINE SILVA DEJOSI NERY

**REDES SOCIAIS DIGITAIS E EDUCAÇÃO NÃO FORMAL: UMA ANÁLISE DAS
ESTRATÉGIAS DO ESPAÇO CIÊNCIA VIVA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de Especialização em Mídia e Educação da Universidade Federal do Pampa/UAB, como requisito parcial para obtenção do Título de Especialista em Mídia e Educação.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 18 de novembro de 2025.

Banca examinadora:

Prof.^a Dra. Cátia Melissa Silveira Rodrigues
Orientadora
(Unipampa/UAB)

Prof.^a Dra. Adriana Ruschel Duval
(Unipampa/UAB)

Prof. Me. Willian Alves Pereira
(UFRJ)



Assinado eletronicamente por **ADRIANA RUSCHEL DUVAL, PROFESSOR DO MAGISTERIO SUPERIOR**, em 13/12/2025, às 20:04, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **Cátia Melissa Silveira Rodrigues**, **Usuário Externo**, em 14/12/2025, às 17:59, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



Assinado eletronicamente por **Willian Alves Pereira**, **Usuário Externo**, em 16/12/2025, às 16:23, conforme horário oficial de Brasília, de acordo com as normativas legais aplicáveis.



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.unipampa.edu.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1906114** e o código CRC **EAB53985**.

REDES SOCIAIS DIGITAIS E EDUCAÇÃO NÃO FORMAL: UMA ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DO ESPAÇO CIÊNCIA VIVA

Aline Silva Dejosi Nery¹

Resumo

As redes sociais digitais consolidaram-se como instrumentos estratégicos de gestão e divulgação em ambientes educativos não formais. Durante a pandemia de COVID-19, a transformação digital intensificou o uso dessas plataformas como meios de mediação do conhecimento, ampliando a relevância de práticas voltadas à popularização da ciência. Nesse cenário, o Espaço Ciência Viva (ECV) destaca-se como exemplo de instituição que utiliza recursos digitais para aproximar sociedade e produção científica. O presente estudo tem como propósito analisar as estratégias comunicacionais do ECV em seu perfil no *Instagram*, enfatizando o fortalecimento da gestão educacional e o estímulo ao engajamento de diferentes públicos. Trata-se de uma pesquisa do tipo estudo de caso, fundamentada nas orientações de Yin (2015). A investigação concentrou-se nas práticas adotadas pela instituição na rede social, contemplando aspectos como formatos de postagem, identidade visual, recursos de interação, parcerias institucionais, ferramentas digitais, frequência e escolha de trilhas sonoras. Os resultados revelam que, mesmo com limitações orçamentárias, o ECV renovou sua identidade visual, incorporou elementos contemporâneos, como memes, e diversificou conteúdos para ampliar sua visibilidade online. Também estruturou planos estratégicos de comunicação, recorreu a ferramentas auxiliares e intensificou a participação em eventos virtuais, o que favoreceu a mediação de práticas educativas e ampliou seu alcance social. Conclui-se que as redes sociais digitais, quando utilizadas de forma planejada, configuram-se como aliadas fundamentais na gestão educacional, promovendo articulação entre ensino, comunicação e participação social. As ações do ECV evidenciam a relevância da comunicação digital na formação de cidadãos críticos e no fortalecimento da ciência como patrimônio público.

Palavras-chave: Comunicação digital, Identidade visual, Estratégias comunicacionais, Popularização da ciência, Museu de Ciências

Abstract

Social media have become consolidated as strategic tools for management and dissemination in non formal educational environments. During the COVID-19 pandemic, digital transformation intensified the use of these platforms as channels for knowledge mediation, enhancing the relevance of practices aimed at the popularization of science. In this context, Espaço Ciência Viva (ECV) stands out as an example of an institution that employs digital resources to foster closer connections between society and scientific production. This study aims to examine the communication strategies adopted by ECV on its Instagram profile, with particular emphasis on strengthening educational management and fostering engagement among diverse audiences. The research is designed as a case study, following the methodological guidelines of Yin (2015). The analysis focused on the institution's practices on the platform, taking into account variables such as post formats, visual identity, interaction

¹ Graduação em Ciências Biológicas e Publicidade e Propaganda. E-mail: alinesnery@gmail.com

features, institutional partnerships, digital tools, posting frequency, and the use of soundtracks. Findings indicate that, despite financial constraints, ECV renewed its visual identity, incorporated contemporary elements such as memes, and diversified its content in order to expand online visibility. The institution also developed strategic communication plans, relied on auxiliary tools, and increased its participation in virtual events, which facilitated the mediation of educational practices and broadened its social reach. In conclusion, social media, when strategically employed, constitute essential allies in educational management, enabling integration between teaching, communication, and social participation. ECV's initiatives underscore the importance of digital communication in fostering critical citizenship and in strengthening science as a public good.

Keywords: Digital communication, Visual identity, Communication strategies, Science popularization, Science museum

1. INTRODUÇÃO

O Espaço Ciência Viva (ECV), localizado no bairro da Tijuca, é reconhecido como o primeiro museu de ciências interativo do estado do Rio de Janeiro. Ao longo de sua trajetória, a instituição enfrentou desafios importantes, sobretudo no processo de adaptação às demandas das redes sociais digitais (RSD). Esse movimento de transformação digital ganhou ainda mais relevância durante a pandemia de COVID-19, quando o fechamento temporário do museu obrigou a migração de todas as atividades presenciais para o ambiente virtual (Nery et al., 2022).

Esse cenário exigiu que as instituições de ensino não formal, como o ECV, mantivessem suas operações por meio das plataformas online, tornando as RSD, em especial o *Instagram*, ferramentas essenciais não apenas para a manutenção da conexão com o público, mas também para a continuidade de suas práticas educativas em contextos não formais de aprendizagem, transformando-se em canais vitais de comunicação e mediação pedagógica (Soares et al, 2021).

Diante da escassez de recursos do Espaço Ciência Viva (ECV), uma associação sem fins lucrativos, surgiu a necessidade de revisar a identidade visual do museu e de estabelecer um formato de comunicação mais contemporâneo. Nesse processo, o *Instagram* foi definido como plataforma central, incorporando tendências e memes para engajar o público, ampliar o alcance de seguidores e, sobretudo, potencializar o processo educativo e a divulgação científica (Nery et al., 2022). A escolha do *Instagram* se justifica por sua proeminência no cenário brasileiro como uma das redes sociais digitais mais utilizadas (Kemp, 2023), configurando-se como um canal privilegiado para alcançar e envolver diferentes públicos na disseminação do conhecimento científico.

Essa transformação envolveu diversas frentes de atuação, como a gestão e o planejamento do perfil institucional, além do uso de ferramentas auxiliares, a exemplo do *Linktree*. Também se destacam a produção de conteúdos variados, a formulação de um plano estratégico de comunicação institucional (Pimentel et al., 2021) e a participação em eventos online (Nery et al., 2021).

Adicionalmente, houve a supervisão de processos de criação e desenvolvimento de projetos de comunicação visual, incluindo identidade visual, ilustrações e materiais gráficos, sempre alinhados aos objetivos educacionais da instituição.

Nesse contexto, o artigo tem como objetivo apresentar as estratégias de comunicação digital desenvolvidas pelo Espaço Ciência Viva no *Instagram*, destacando como essas ações são realizadas, a construção da marca institucional e sua intersecção com a gestão educacional. Busca-se investigar de que forma o museu utiliza a plataforma para fomentar o engajamento com a ciência e operacionalizar suas práticas pedagógicas não formais.

A escolha desse tema se justifica pela crescente importância das plataformas digitais, em especial do *Instagram*, como veículos de comunicação, educação e engajamento público. Sua relevância social reside na necessidade de compreender como a comunicação digital pode contribuir para o fortalecimento da presença de museus e centros de ciência, promovendo maior envolvimento da sociedade e democratização do conhecimento científico e tecnológico por meio de estratégias de gestão educacional inovadoras e contextualizadas.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. O Papel dos Museus de Ciências na Educação Não Formal

Os museus de ciências desempenham um papel central na gestão educacional em ambientes não formais, funcionando como espaços estratégicos para a promoção do conhecimento científico e tecnológico. Projetados para oferecer experiências educacionais interativas e acessíveis, esses espaços contribuem para a inclusão, a democratização do conhecimento e o planejamento pedagógico eficiente das atividades educativas.

Segundo Massarani et al. (2023), o Brasil possui cerca de 221 museus de ciências, abrangendo instituições variadas, como museus de história natural, tecnologia, antropologia e centros interativos. Essas instituições não apenas preservam e exibem coleções científicas, mas também gerenciam programas educativos estruturados, permitindo aprendizado ativo para públicos de diferentes idades e contextos.

No contexto da gestão educacional, os museus de ciências adotam metodologias ativas que orientam o planejamento, execução e avaliação das atividades pedagógicas, maximizando

seu impacto educativo. Metodologias como *Hands-on* (mãos em ação) permitem que os visitantes manipulem materiais e experimentos, promovendo aprendizado prático e observação direta. *Minds-on* (mentes em ação) estimula a reflexão, análise e resolução de problemas, incentivando a compreensão conceitual. *Hearts-on* (corações em ação) busca engajar emocionalmente o público, conectando ciência e experiência pessoal, enquanto *Contexto-on* (contextos em ação) insere os conceitos científicos em situações reais ou culturais, tornando a aprendizagem mais significativa. Por fim, *Risks-on* (aventuras em ação) propõe desafios e experimentações arriscadas, estimulando criatividade, tomada de decisão e aprendizagem ativa (Lopes, 2013; Sartori, 1993).

A aplicação dessas metodologias requer gestão educacional estratégica, envolvendo planejamento detalhado das atividades, seleção de recursos adequados, definição de objetivos pedagógicos claros e monitoramento do engajamento do público. Por exemplo, uma atividade *Hands-on* sobre eletricidade pode ser complementada por reflexão *Minds-on* sobre como a energia elétrica afeta a vida cotidiana, engajamento *Hearts-on* para discutir impactos sociais, contextualização *Contexto-on* com exemplos históricos ou culturais e desafios *Risks-on* para construir circuitos inovadores.

Além disso, os museus de ciências atuam como plataformas de educação pública e engajamento comunitário, promovendo literacia científica por meio de exposições interativas e programas educativos planejados estrategicamente. A gestão dessas ações envolve colaborações com universidades, centros de pesquisa e organizações comunitárias, garantindo que os programas atendam às demandas específicas do público, potencializando a aprendizagem significativa e integrando experiências práticas, cognitivas, afetivas e contextuais (Marandino, Almeida, Valente, 2009).

2.2. Divulgação Científica: Conceitos e Desafios

A divulgação científica constitui uma dimensão estratégica e imprescindível no âmbito da gestão educacional, na medida em que viabiliza a aproximação do público leigo com os avanços e descobertas científicas, promovendo a compreensão crítica de seus impactos sociais e culturais. Tal prática, ao ampliar o alcance das ações educativas para além dos espaços formais de ensino, contribui significativamente para a democratização do conhecimento e para a constituição de uma cidadania informada e reflexiva.

Segundo Albagli (1996), a divulgação científica compreende o emprego sistemático de técnicas e recursos destinados a tornar a ciência inteligível e relevante para audiências não

especializadas. No contexto da gestão educacional, isso implica a necessidade de um planejamento estratégico articulado, englobando a definição de objetivos pedagógicos, a seleção criteriosa de linguagens e mídias, bem como o desenvolvimento de instrumentos de mediação que assegurem a efetiva transmissão do conhecimento científico.

Germano (2011) observa que, embora frequentemente empregadas de forma intercambiável, as categorias “divulgação científica” e “popularização da ciência” apresentam distinções metodológicas significativas: a primeira adapta o discurso acadêmico às necessidades do público geral, enquanto a segunda transcende a simples divulgação, envolve situá-la no âmbito da participação popular e submetê-la ao escrutínio do diálogo com os movimentos sociais.

Desde a década de 1990, a divulgação científica tem sido reconhecida como prática central para a educação não formal, exigindo que a gestão educacional desenvolva políticas, programas e procedimentos que integrem comunicação, mediação e ensino, de forma articulada e sistemática. Conforme salientam Natal e Alvim (2018), o propósito central da divulgação científica consiste em tornar o conhecimento acessível e inteligível, o que demanda a adaptação de linguagens técnicas e especializadas para formatos pedagógicos claros, atrativos e culturalmente sensíveis, capazes de atender à diversidade cognitiva e aos interesses heterogêneos do público.

A operacionalização da divulgação científica, entretanto, apresenta desafios significativos à gestão educacional. Destaca-se, em particular, a necessidade de conciliar acessibilidade e fidelidade científica (Recuero, 2011), de modo a evitar que a simplificação excessiva comprometa a integridade epistemológica do conhecimento e conduza a interpretações equivocadas (Bueno, 2010). Torna-se, portanto, imprescindível que gestores institucionais implementem mecanismos de capacitação de mediadores, protocolos de revisão de conteúdo e estratégias de avaliação contínua, assegurando a precisão científica sem prejuízo da compreensão e do engajamento do público (Lima; Giordan, 2021).

Ademais, a heterogeneidade do público constitui outro desafio crucial. Frequentemente composto por indivíduos sem formação técnico-científica, este público exige que a gestão educacional articule estratégias comunicativas diferenciadas, que considerem os distintos níveis de conhecimento prévio, interesses e contextos socioculturais, de modo a favorecer a aprendizagem significativa e a participação ativa na experiência educativa (Bueno, 2010).

Sob esta perspectiva, a divulgação científica deixa de ser meramente uma prática comunicativa, configurando-se como instrumento estratégico de gestão educacional, capaz de

articular ensino, comunicação e inclusão social. Tal abordagem fortalece o papel das instituições educativas e museais na formação de cidadãos críticos, reflexivos e informados, consolidando a relevância da ciência na esfera pública e promovendo a constituição de sociedades mais equitativas e participativas.

2.3. A Influência das Redes Sociais Digitais na Divulgação Científica

As redes sociais digitais têm transformado de maneira significativa os processos de divulgação científica, impondo novos desafios e oportunidades à gestão educacional no contexto da ciência. Boyd e Ellison (2007), em um dos trabalhos pioneiros sobre o tema, definem os sites de redes sociais como plataformas digitais que permitem aos usuários criar perfis, estabelecer conexões e compartilhar informações.

Embora, à época, o *Orkut* fosse a rede de maior destaque no Brasil, outras plataformas já se consolidavam em escala internacional, como *MySpace* e *Facebook*, o que justifica a pertinência da definição proposta. Desde então, essas ferramentas têm se constituído em instrumentos estratégicos para a disseminação do conhecimento científico, permitindo que pesquisadores e instituições se conectem diretamente com o público, compartilhem descobertas de forma ágil e ampliem o alcance e a visibilidade de ações educativas e científicas.

No âmbito teórico, Castells (2007) introduz o conceito de "sociedade em rede", destacando como as tecnologias de informação e comunicação reconfiguram estruturas sociais e culturais. É crucial distinguir, portanto, o conceito amplo de "rede social" para Castells, entendida como a estrutura organizacional fundamental das sociedades contemporâneas, da noção específica de "redes sociais digitais", termo que adotamos aqui para designar ao *Instagram*, que é o nosso objeto de análise. Sob essa perspectiva, as redes sociais digitais favorecem a interação global e a formação de comunidades online, criando novas modalidades de pertencimento e identidade coletiva.

Para a gestão educacional de instituições como museus de ciência, exemplificada pelo Espaço Ciência Viva, tais plataformas constituem ferramentas estratégicas para alcançar públicos mais amplos e diversificados, promover atividades educativas e científicas e engajar a audiência de maneira inovadora.

A noção de cultura participativa, proposta por Jenkins (2015), enfatiza que os consumidores de mídia não são meros receptores, mas também agentes ativos na criação e disseminação de conteúdo. As redes sociais, nesse contexto, permitem a co-criação de

narrativas científicas e o compartilhamento de conhecimento em múltiplos formatos, desde postagens interativas até adaptações de materiais educativos, como a transformação de um livro em conteúdo digital. Para a gestão educacional, isso representa uma oportunidade de ampliar o protagonismo do público, promovendo o engajamento crítico e a aprendizagem ativa.

Ademais, as redes sociais possibilitam a promoção de uma cultura mais diversa e inclusiva, permitindo que diferentes vozes e perspectivas sejam representadas, desafiando narrativas tradicionais e hierarquizadas (Jenkins, 2015). Nesse sentido, a gestão educacional deve articular estratégias para a utilização ética e eficaz dessas plataformas, garantindo que a informação científica seja precisa, contextualizada e de impacto social relevante (Recuero, 2009).

A interatividade proporcionada pelas redes sociais contribui ainda para o diálogo intercultural e para a valorização da diversidade cultural, ao permitir a formação de comunidades online com interesses convergentes, nas quais usuários podem compartilhar conteúdo, discutir ideias e interagir de forma direta e imediata. Contudo, essa dinâmica não ocorre de maneira isenta. A influência digital, a produção de conteúdo online e a reorganização das estruturas digitais e tecnológicas também estão inseridas em um cenário marcado por interesses comerciais das grandes companhias de tecnologia, as chamadas Big Techs, e por disputas ideológicas, muitas vezes associadas a agendas políticas de direita (Barbosa, 2023).

Nesse sentido, para a gestão educacional, as redes sociais representam ao mesmo tempo uma oportunidade estratégica e um desafio: de um lado, possibilitam estimular debates científicos, fortalecer a mediação pedagógica e promover a inclusão de diferentes públicos; de outro, exigem uma postura crítica diante das contradições inerentes ao ambiente digital (Boyd; Ellison, 2007).

Assim, as redes sociais deixam de ser meramente canais de comunicação e se constituem como instrumentos estratégicos de gestão educacional. Sua utilização adequada permite integrar ensino, comunicação e participação social, ampliando o alcance das instituições e promovendo a construção de uma sociedade mais informada, crítica e participativa.

3. METODOLOGIA

A metodologia adotada nesta pesquisa fundamenta-se em uma investigação de estudo de caso associada à observação participante, conforme as diretrizes metodológicas propostas por Yin (2015). A pesquisa tomou como corpus a atividade comunicacional nas redes sociais do Espaço Ciência Viva (ECV), que atualmente reúne 1.433 publicações, incluindo *posts*, *reels* e *collabs* (Figura 01).

Nessa perspectiva, a condição de observação participante ampliou o escopo investigativo do estudo, como assinalam Gomes (2008) e Yin (2015), ao possibilitar um aprofundamento das etapas de campo e a produção de uma análise situada, ancorada nas dinâmicas concretas da instituição.

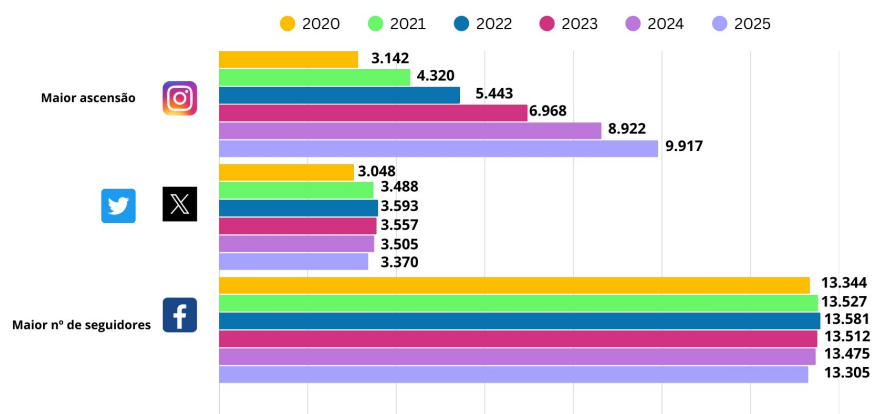
Figura 01: Perfil do @espacocienciaviva



Fonte: <https://www.instagram.com/espacocienciaviva/> - coletado em 18 nov. 2025.

A escolha por essa abordagem é respaldada pela relevância das redes sociais digitais no cenário brasileiro, em especial o *Instagram*, terceiro aplicativo mais utilizado no país, conforme Kemp (2023). Ademais, trata-se da rede social de maior destaque para o espaço científico no período compreendido entre 2020 e 2025. (Figura 02).

Figura 02: Gráfico de crescimento do número dos seguidores das principais redes sociais do ECV



Coleta realizada em 18 nov. 2025.

O ECV, museu idealizado em 1981 por um grupo de pesquisadores e educadores, constitui-se como objeto de análise em razão de suas práticas de comunicação científica no *Instagram*, considerando seu contexto singular e suas especificidades históricas, sociais e educacionais. Para a coleta e interpretação dos dados, adotou-se a análise de conteúdo proposta por Bardin (1977), com o objetivo de identificar e categorizar elementos presentes nas postagens da instituição, permitindo compreender tanto os formatos e temas recorrentes quanto os sentidos atribuídos a suas estratégias de comunicação digital.

A análise contemplou seis dimensões principais: (i) planejamento e formatos de postagem (imagens, vídeos, carrosséis e *reels*); (ii) elementos de engajamento (hashtags, enquetes, chamadas para interação e linguagem); (iii) identidade visual e recursos gráficos (ilustrações, cores, tipografias e logotipos); (iv) uso de ferramentas auxiliares, como LinkTree e integrações digitais; (v) parcerias e colaborações institucionais; e (vi) estratégias de conteúdo voltadas à divulgação científica e à mediação pedagógica.

A definição desses eixos fundamentou-se em referenciais teóricos como Jenkins (2015), Recuero (2009; 2011), Boyd e Ellison (2007), Castells (2007), Lopes (2013) e Sartori (1993), além da experiência empírica da autora no museu, buscando articular as práticas digitais analisadas com as metodologias educativas adotadas pelo ECV, como *Hands-on*, *Minds-on*, *Hearts-on*, *Context-on* e *Risks-on*.

4. APRESENTAÇÃO DA PESQUISA E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Reconhecido como o "herdeiro brasileiro" do *Exploratorium*, o ECV foi o primeiro Museu Interativo e Participativo de Ciências do Estado do Rio de Janeiro e um dos pioneiros no Brasil (Moura, 2021; USP, 2016; Costantin, 2001). A instituição adotou uma abordagem dinâmica de interação com o público, buscando tornar a ciência mais acessível ao cidadão comum por meio de atividades práticas, linguagem acessível e vivências educativas não formais.

Em 2016, o Espaço Ciência Viva (ECV) instituiu seu perfil oficial no *Instagram*, consolidando essa plataforma como um canal estratégico de comunicação institucional e de mediação educativa em ambiente digital. Desde então, o *Feed* configurou-se como o principal espaço de apresentação dos conteúdos produzidos pelo ECV. Embora diferentes dimensões de imagem tenham sido utilizadas ao longo dos anos, o formato 1:1 (quadrado) manteve

predominância de 2019 até 2025. Nesse período, o perfil foi empregado para divulgar projetos, atendimentos escolares, cursos, registros de eventos, efemérides científicas e educacionais, anúncios de vagas, atividades realizadas em parceria, repostagens e demais ações vinculadas à atuação do museu. Do ponto de vista da gestão educacional, o planejamento editorial considerou a heterogeneidade de públicos, os objetivos pedagógicos e as estratégias de engajamento.

Além das postagens individuais, o recurso de carrossel constituiu um instrumento relevante por permitir a inclusão de até 10 imagens em uma mesma publicação, possibilitando a composição de narrativas mais extensas e articuladas. Os vídeos, especialmente aqueles no formato *Reels*, ampliaram a diversidade de linguagens utilizadas, favorecendo dinâmicas comunicacionais mais interativas e aderentes às tendências contemporâneas de circulação de conteúdo.

Com as atualizações implementadas nas redes sociais em 2025, observaram-se mudanças significativas nas possibilidades de formatação das publicações. Passou a ser permitido o uso do formato 4:5 (retrato) no *Feed*, expandindo as opções de composição visual. Ademais, o limite do carrossel foi ampliado para até 20 imagens, permitindo a combinação entre formatos retrato, quadrado ou híbrido (misto). Essas alterações impactaram diretamente as estratégias de curadoria e organização das postagens.

Por fim, cada publicação realizada pelo ECV incorporou elementos técnicos destinados à otimização do alcance e da relevância institucional, tais como a geolocalização das atividades, a utilização de *hashtags* temáticas e a marcação de até 20 perfis parceiros ou relacionados. Tais práticas ampliaram a visibilidade das ações do museu e fortaleceram a articulação com outras instituições e atores sociais vinculados ao campo da divulgação científica e educacional.

Os *Stories* funcionaram como ferramenta estratégica e complementar na comunicação do ECV. Por meio deles, foram compartilhadas informações sobre cursos, outras instituições científicas e perfis relevantes, contribuindo para uma narrativa dinâmica e imediata. Essa prática favoreceu o fortalecimento de parcerias com outros centros de ciência e proporcionou aos seguidores uma visão instantânea das atividades e colaborações do ECV.

Para manter coesão e evitar conflitos com seguidores e colaboradores, o ECV evitou postagens sobre temas políticos e religiosos, embora reconhecesse a relevância científica desses tópicos. Nesses casos, adotou-se a estratégia de repostar ou criar conteúdo relacionado somente após instituições de grande referência, como a Sociedade Brasileira para o Progresso da Ciência (SBPC) e a Academia Brasileira de Ciências (ABC), abordarem esses assuntos.

Para a criação de imagens, a equipe utilizou a plataforma e software de design gráfico Canva, que permite desenvolver diversos conteúdos visuais, como gráficos para redes sociais, apresentações, infográficos e pôsteres. Disponível online e em dispositivos móveis, o Canva forneceu recursos que facilitaram a produção de conteúdos visuais de maneira intuitiva e eficiente, utilizando imagens, fontes, ilustrações e modelos pré-definidos (Canva Pro, s/d).

Os materiais foram elaborados considerando características específicas de cada formato, como layouts para *Feed* (Figura 03) ou *Stories/Reels*, visando uma apresentação otimizada em diferentes áreas da plataforma. Ressaltou-se, ainda, que cada rede social possui requisitos próprios de tamanho de imagem, o que exigiu planejamento e organização precisos da equipe, reforçando a importância da gestão educacional no planejamento de conteúdos digitais para fins de mediação e aprendizagem.

Figura 03: Exemplo de postagem



Fonte: Equipe de Comunicação do Espaço Ciência Viva. (2024)

No âmbito da comunicação, os produtores em formação foram estimulados a desenvolver sua criatividade ao elaborar artes relacionadas aos temas abordados. Entretanto, orientou-se que utilizassem as mascotes e as cores representativas do Espaço Ciência Viva (ECV), letras sem serifa, a logomarca do ECV ou o @espacocienciaviva, de modo a preservar a identidade visual e assegurar a identificação institucional em todas as publicações. Essa diretriz refletiu uma estratégia de gestão educacional, ao articular a produção de conteúdo digital com a missão institucional e os objetivos pedagógicos do ECV. Adicionalmente, os produtores foram incentivados a explorar recursos gráficos avançados, tais como réguas,

guias, sangria, edição de vídeo e criação de figuras por Inteligência Artificial, considerando o acesso ilimitado proporcionado pela conta Pro do Canva.

Para a consolidação da marca e da identidade visual nas plataformas digitais, o ECV adotou um esquema cromático específico, composto por azul, amarelo, vermelho e verde, com o branco e o preto atuando como cores de apoio. Tais tonalidades desempenharam papel central na comunicação visual e na representação de informações científicas. A seleção das cores primárias seguiu critérios reconhecidos na literatura científica, contemplando sua versatilidade, aplicabilidade em múltiplos contextos e impacto perceptivo, conforme indicado por Heller (2022).

O azul foi associado à serenidade, confiança e profissionalismo, reforçando a credibilidade institucional; o amarelo, à energia, otimismo e criatividade, promovendo um ambiente estimulante; o vermelho, à intensidade e à atenção, favorecendo o engajamento; e o verde, à natureza e ao equilíbrio, refletindo a vinculação com a ciência e a educação ambiental. Esses parâmetros de gestão educacional visual asseguraram coerência entre a comunicação e os objetivos pedagógicos institucionais.

No contexto da óptica e da síntese aditiva de cores, as cores primárias foram empregadas para gerar uma gama diversificada de tonalidades, com implicações relevantes para a física e a percepção visual. Para a definição de paletas harmônicas, a equipe utilizou o Adobe Color, uma plataforma digital que possibilitou a criação de combinações cromáticas consistentes e alinhadas à identidade institucional.

As fontes tipográficas adotadas seguiram a recomendação de fontes sem serifa, consideradas mais legíveis em mídias digitais, conforme orientação do Centro Tecnológico de Acessibilidade do Instituto Federal do Rio Grande do Sul (Centro, 2019). Essa escolha reforçou a perspectiva de gestão educacional inclusiva, garantindo acessibilidade e compreensão para todos os públicos, especialmente aqueles com deficiências visuais. Em contrapartida, fontes serifadas foram evitadas, por apresentarem risco de comprometer a legibilidade.

Nas publicações do *Instagram*, a utilização de hashtags foi modulada de acordo com os objetivos de cada postagem. Tags específicas, como "#ecv" ou "#espacocienciaviva", foram empregadas para acompanhar conteúdos próprios, enquanto hashtags genéricas, como "#museu" ou "#educação", visaram ampliar o alcance e atrair novos públicos. Tal estratégia refletiu o cuidado da gestão educacional em organizar e planejar a disseminação de conteúdos de forma estratégica, maximizando visibilidade e engajamento.

O uso de emojis nas legendas contribuiu para a comunicação visual, permitindo transmitir emoções, contexto e identidade de forma concisa. Além disso, estratégias como a marcação geográfica e de até 20 perfis relevantes ampliaram a dispersão do conteúdo e promoveram a interação institucional. Em publicações específicas, a funcionalidade *Collab* foi utilizada, permitindo que até cinco contas compartilhassem uma mesma publicação, o que fortaleceu redes de colaboração científica e pedagógica por meio de uma visibilidade compartilhada.

No que se refere ao uso de músicas, tanto no *Feed* quanto nos *Stories* do *Instagram*, o perfil do Espaço Ciência Viva prioriza faixas instrumentais ou amplamente reconhecidas, evitando aquelas com ritmos agitados ou batidas intensas. Essa escolha leva em consideração que os seguidores podem acessar o conteúdo em ambientes públicos, muitas vezes sem o uso de fones de ouvido, onde sons altos poderiam causar desconforto. Adota-se ainda o cuidado de evitar músicas identificadas com a etiqueta "E" ou a palavra "Explícito", utilizada por plataformas digitais para sinalizar conteúdo com linguagem obscena, referências a violência ou uso de substâncias ilícitas (Spotify, 2025). Alguns artistas também incluem a logomarca completa "*Parental Advisory Explicit Content*" nas capas de álbuns e singles, reforçando a natureza explícita do material (RIAA, 2025; Naiane, 2021).

No Espaço Ciência Viva, a disponibilidade de horário dos produtores de conteúdo para realizar as postagens é uma consideração primordial. Dessa forma, as postagens são separadas em três horários distintos ao longo da semana, considerando os períodos de maior e menor fluxo de atividades. A análise das métricas do perfil evidenciou que o engajamento tende a ser menor nos finais de semana. Por essa razão, a publicação de conteúdos nesses dias foi restrita a ocasiões especiais, destinando-se o período principalmente ao agendamento de postagens para a semana subsequente.

Em relação à recomendação da Adobe Express (2023) sobre a segunda-feira como um dia de alto engajamento, os dados analisados apresentam uma discordância. Embora se reconheça o potencial impacto positivo do horário de almoço (11h às 13h), as evidências empíricas deste estudo indicam que o período de deslocamento matinal para o trabalho apresenta um fluxo de interação significativamente maior, tornando-o mais estratégico para o perfil analisado. Ressalta-se que a falta de especificação do horário de publicação na fonte citada pode influenciar essa divergência, destacando a importância de considerar as particularidades do público-alvo.

Diante da análise detalhada das estratégias de comunicação digital adotadas pelo Espaço Ciência Viva, que abrangem desde a curadoria de horários e o uso de recursos multimídia até as práticas colaborativas e de acessibilidade, torna-se possível refletir sobre as implicações mais amplas dessas ações. As considerações que se seguem buscam sintetizar como tais práticas, coletivamente, contribuem para os objetivos de divulgação científica e educação não formal da instituição, articulando os resultados observados com o referencial teórico que fundamenta este estudo.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise das estratégias de comunicação digital do Espaço Ciência Viva (ECV) no *Instagram*, fundamentada na categorização de publicações e métricas de engajamento, permitiu concluir que a plataforma se consolidou como um ambiente digital dinâmico para a educação não formal. A adaptação da instituição, observada na prática por meio da criação de séries temáticas como "Hora do Recreio"² (Figura 04) e o uso de recursos como carrosséis para apresentar como as experiências *Hands-on* poderiam ser realizadas (Nery *et al*, 2022) demonstrou uma reconfiguração das práticas de mediação pedagógica do digital para o presencial.

Figura 04: Série temática Hora do Recreio



Fonte: <https://www.instagram.com/p/Cjc1HqGsu6h/> (2022)

² Série temática do Espaço Ciência Viva, publicada nas redes sociais, com sugestões de atividades lúdicas e educativas para o público infanto-juvenil realizar em qualquer local durante o ensino remoto na pandemia.

Os resultados evidenciam o crescimento expressivo do engajamento nas redes sociais digitais do Espaço Ciência Viva entre 2016 e 2024, sendo 5.780 apenas entre 2020 e 2024. Nesse período, as curtidas evoluíram de 278 em 2016 para mais de 17 mil em 2024, com destaque para 2023, que registrou 20.711 curtidas. De modo semelhante, os comentários cresceram de apenas 14 em 2016 para 612 em 2024, indicando maior interação do público.

A introdução e o uso constante de vídeos, *boomerangs* e *reels* a partir de 2017 contribuíram significativamente para o aumento das visualizações, que alcançaram 49.371 reproduções em 2022. Além disso, o uso estratégico da funcionalidade *Collab*, incorporada a partir de 2022, ampliou o alcance orgânico e as parcerias institucionais, registrando 97 colaborações em 2024.

Práticas como a seleção de músicas não disruptivas e a linguagem acessível traduziram os princípios educacionais do ECV (*Hands-on, Minds-on, Hearts-on*) para os códigos da plataforma, transformando o perfil em um agente de mediação científica contínua e ubíqua.

Conclui-se, portanto, que o caso do ECV oferece um modelo replicável, salientando a importância de um planejamento que articule comunicação, design e pedagogia. A pesquisa sinaliza a necessidade de investimento na formação de produtores de conteúdo com perfil multidisciplinar. Para estudos futuros, sugere-se a análise do engajamento de públicos específicos e a mensuração do impacto dessas estratégias na aprendizagem de conceitos científicos.

6. REFERÊNCIAS

ADOBE EXPRESS. Os melhores dias e horários para postar no *Instagram*. **Adobe Express**, 10 jan. 2023. Disponível em: <<https://www.adobe.com/br/express/learn/blog/when-is-the-best-time-to-post-on-Instagram>>. Acesso em: 01 ago. 2025.

ALBAGLI, S. Divulgação científica: informação científica para cidadania. **Ciência da informação**, v. 25, n. 3, 1996.

BARBOSA, A. R. **Divulgação científica na internet: criatividade e (re)produção didática no trabalho de ‘criadores de conteúdo online de Física para YouTube e TikTok**. Tese (Doutorado em Ensino, Filosofia e História das Ciências), Universidade Estadual de Feira de Santana, Salvador, 2023.

BOYD, D. M.; ELLISON, N. B. Social network sites: Definition, *history*, and scholarship. **Journal of computer-mediated Communication**, v. 13, n. 1, p. 210-230, 2007.

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, 2010, v. 15, n. 1, p. 1-12, 2010.

CANVA PRO. Disponível em: <https://www.Canva.com/pt_br/pro/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

CASTELLS, M. **A Sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura.** v. 1. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

CENTRO Tecnológico De Acessibilidade, **IFRGS - Tipos de fonte e acessibilidade digital,** 2019. Disponível em: <<https://cta.ifrs.edu.br/tipos-de-fonte-e-acessibilidade-digital/>>. Acesso em: 14 ago. 2025.

COSTANTIN, A. C. C. **Museus Interativos de Ciências: espaços complementares de Educação. O surgimento da primeira instituição brasileira.** Tese (Doutorado em Química Biológica - Área de Concentração: Educação, Gestão e Difusão de Biociências) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2001.

GERMANO, M. G. Popularização da ciência e tecnologia: limitações e possibilidades. In: **Uma nova ciência para um novo senso comum [online].** Campina Grande: EDUEPB, 2011. 400 p.

GOMES, Alberto Albuquerque. Estudo de Caso - Planejamento e Métodos. **Nuances: estudos sobre Educação.** Presidente Prudente, SP, ano. XIV, v. 15, n. 16, p. 215-221, 2008.

HELLER, E. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão.** Editora Olhares, 2022.

JENKINS, H. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2015.

KEMP, S. Digital 2023: Brasil. **Datareportal.** 12 fev. 2023. Disponível em <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil>. Acesso em: 02 ago. 2024.

LIMA, G. da S.; GIORDAN, M. Da reformulação discursiva a uma práxis da cultura científica: reflexões sobre a divulgação científica. **História, Ciências, Saúde – Manguinhos,** Rio de Janeiro, v.28, n.2, p.375- 392, 2021.

LOPES, S. C. **Ciência em comunicação: estudo exploratório sobre os processos comunicacionais no Clube do Pesquisador Mirim do Museu Paraense Emílio Goeldi.** Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal do Pará, 2013, 268 f.

MARANDINO, M.; ALMEIDA, A. M.; VALENTE, M. E. Á. **Museu: lugar do público.** Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2009.

MASSARANI, L et al. **Guia de centros e museus de ciência da América Latina e do Caribe.** Rio de Janeiro: Fiocruz-COC, 2023. 648 p.

MATTOS, P. C. V.; GOMES, T. A.; NERY, A. S. D.; KURTENBACH, E. Hora do recreio: a brincadeira que estimula o aprendizado nas mídias digitais do Espaço Ciência Viva. In: **Anais da 11ª Semana de Integração Acadêmica (SIAC/UFRJ),** Rio de Janeiro: UFRJ, 2022.

MOURA, M. **Um museu pioneiro clama por revitalização e pelo batismo com o nome de seu criador: Roberto Santos.** *Ciência na Rua*, 17 fev. 2021. Disponível em: <<https://ciencianarua.net/um-museu-pioneiro-clama-por-revitalizacao-e-pelo-batismo-com-o-nome-de-seu-criador-roberto-santos/>>. Acesso em: 22 ago. 2025.

NAIANE, L. Como funcionam as marcações de “conteúdo explícito” na música?. **POPline**, 11 dez. 2021. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/como-funcionam-marcacoes-conteudo-explicito-musica/>. Acesso em: 26 abr. 2025.

NATAL, C. B.; ALVIM, M. H. A divulgação científica e a inclusão social. **Revista do EDICC-ISSN 2317-3815**, v. 5, 2018.

NERY, A. S. D et al. A utilização de memes nas redes sociais como incentivo ao engajamento entre as instituições e o público-alvo. In: **Caderno de Resumos da 11ª Semana de Integração Acadêmica da UFRJ, 2022**. Rio de Janeiro: UFRJ, CLA - Centro de Letras e Artes, 2022.

NERY, A. S. D et al. Perfil parcial do público na atividade interativa remota “Conversa com pesquisadores” do Espaço Ciência Viva. In: **Compilación de trabajos académicos presentados al XVII Congreso RedPOP**. Recalculando: estrategias de divulgación científica. Montevideo, 2021. Montevideo: Espacio Ciencia. ISBN: 978-9974-58-432-1.

PIMENTEL, U. D et al. A comunicação visual e as estratégias do Espaço Ciência Viva em tempos de pandemia. In: **Anais da Jornada Giulio Massarani de Iniciação Científica, Tecnológica, Artística e Cultural, 2021**.

RECUERO, R. Redes sociais na internet, difusão de informação e jornalismo: elementos para discussão. In: **Metamorfoses jornalísticas**, v. 2, p. 1-15, 2009.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Sulina, 2011.

RIAA (RECORDING INDUSTRY ASSOCIATION OF AMERICA). **Resources & Learning: Parental Advisory Label**. Disponível em: <https://www.riaa.com/resources-learning/parental-advisory-label/>. Acesso em: 22 set. 2025.

SARTORI, A. **O Desejo de Saber: A arte aprender/ensinar fazendo**. Dissertação (Mestrado em Educação) - Universidade de Santa Catarina, 1993.

SOARES, F. G et al. Mídias digitais e a divulgação científica em tempos de pandemia no Espaço Ciência Viva. In: **Anais da Jornada Giulio Massarani de Iniciação Científica, Tecnológica, Artística e Cultural, 2021**.

SPOTIFY. **Filtro de conteúdo**. Disponível em: <https://support.spotify.com/br-pt/article/explicit-content/>. Acesso em: 22 set. 2025.

USP. **Memórias do CDCC - Centro de Divulgação Científica e Cultural da Universidade de São Paulo 1980-2015**. Org. Edna Ricardo de Oliveira Ferreira, Silvia Aparecida Martins dos Santos. São Carlos: CDCC/USP, 2016. 138p. Disponível em https://sites.usp.br/cdcc/wp-content/uploads/sites/512/2019/06/2016-Memorias_do_CDCC.pdf. Acesso em: 25 ago. 2023.

YIN, R. K. **Estudo de Caso: Planejamento e métodos**. Bookman editora, 2015.