

“Ciência Viva”: construindo pontes entre ciência e sociedade na era digital

“Living Science”: building bridges between science and society in the digital age

Helder Marcos Nunes Candido¹
Ana Luiza Marques Nascimento²
Jordana Naves Jordão³
Ana Luiza Fonseca⁴
Flávia Ramos Ferrari⁵

RESUMO

Este trabalho objetivou apresentar a experiência do projeto de extensão “Ciência Viva”, descrevendo sua metodologia, seus resultados e suas contribuições para a divulgação científica. O projeto foi estruturado em várias etapas, desde a criação de uma identidade visual até a produção de conteúdo audiovisual. A equipe foi treinada em técnicas de pesquisa, tradução de artigos científicos e criação de roteiros, bem como gravação e edição de vídeos, além de estratégias de engajamento nas redes sociais. Alguns dos temas abordados nos vídeos produzidos foram: meio ambiente, saúde, tecnologia e igualdade de gênero. O projeto alcançou mais de 12.000 visualizações nos vídeos publicados, demonstrando impacto positivo na disseminação do conhecimento científico. Além disso, realizamos uma divulgação na 15ª Semana Multidisciplinar do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro, sendo premiadas/os no II Congresso de Extensão desse Instituto, o que demonstrou a relevância e o êxito do projeto. O “Ciência Viva” reforçou a importância da comunicação científica como ferramenta de transformação social, contribuindo para uma sociedade mais informada, crítica e engajada com as questões científicas contemporâneas. Ademais, a iniciativa promoveu o desenvolvimento pessoal e acadêmico das/dos participantes, destacando a relevância de projetos de extensão na integração entre academia e sociedade.

Palavras-chave: Democratização do conhecimento. Divulgação científica. Redes sociais.

¹ Doutor em Biodiversidade e Conservação da Natureza pela Universidade Federal de Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil; estágio pós-doutoral em Ecologia Aplicada na Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, Brasil; professor na mesma instituição; técnico em assuntos estudantis na Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, Brasil / PhD in Biodiversity and Nature Conservation, Federal University of Juiz de Fora, State of Minas Gerais, Brazil; postdoctoral internship in Applied Ecology, State University of Mato Grosso do Sul, State of Mato Grosso do Sul, Brazil; professor at the same institution; student affairs officer at the Federal University of Uberlândia, State of Minas Gerais, Brazil (heldermunes@ufu.br).

² Discente do Curso Técnico em Meio Ambiente Integrado ao Ensino Médio no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro, Minas Gerais, Brasil / Student of the Technical Course in Environment Integrated with High School, Federal Institute of Education, Science and Technology of the Triângulo Mineiro, State of Minas Gerais, Brazil (ana.ln@estudante.iftm.edu.br).

³ Graduanda em Psicologia na Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, Brasil / Undergraduate student in Psychology, Federal University of Uberlândia, State of Minas Gerais, Brazil (jordana.jordao@estudante.iftm.edu.br).

⁴ Graduanda em Direito na Universidade Federal de Uberlândia, Minas Gerais, Brasil / Undergraduate student in Law, Federal University of Uberlândia, State of Minas Gerais, Brasil (ana.luiza.fonseca@estudante.iftm.edu.br).

⁵ Doutora em Botânica pela Universidade Federal de Viçosa, Minas Gerais, Brasil; estágio pós-doutoral em Ciência do Solo na mesma instituição / PhD in Botany, Federal University of Viçosa, State of Minas Gerais, Brazil; postdoctoral internship in Soil Science at the same institution (flaviarferrari@gmail.com).

ABSTRACT

This study aimed to present the experience of the outreach project “Ciência Viva”, describing its methodology, outcomes, and contributions to the dissemination of scientific knowledge. The project was organized into several stages, ranging from the creation of a visual identity to the production of audiovisual content. The team received training in research techniques, scientific article translation, scriptwriting, video recording and editing, as well as social media engagement strategies. The videos addressed topics such as the environment, health, technology, and gender equality. The project reached more than 12,000 views across the published videos, demonstrating a positive impact on the dissemination of scientific knowledge. In addition, the initiative was presented at the 15th Multidisciplinary Week of the Federal Institute of Education, Science and Technology of Triângulo Mineiro, Minas Gerais, Brazil, and received an award at the institution’s 2nd Extension Congress, highlighting the project’s relevance and success. “Living Science” reinforced the importance of science communication as a tool for social transformation, contributing to a more informed, critical, and engaged society. Furthermore, the initiative fostered the personal and academic development of its participants, emphasizing the role of outreach projects in strengthening connections between academia and society.

Keywords: Democratization of knowledge. Science communication. Social media.

INTRODUÇÃO

A divulgação científica desempenha um papel fundamental no envolvimento com o público, no enfrentamento dos desafios globais e no avanço da sensibilização sobre a saúde, os problemas sociais e o meio ambiente (Christensen, 2007). Além de sustentar a responsabilidade e a legitimidade de uma pesquisa financiada com recursos públicos, a divulgação científica atende a funções práticas, aprimora os processos democráticos, cumpre papéis culturais, apoia objetivos econômicos e funciona como uma ferramenta de promoção e marketing institucional (Davies, 2020).

A popularização da ciência é crucial para a construção de uma sociedade mais consciente de seu poder de transformação e mais participativa — o que é fundamental, devido aos desafios de grande escala e aos rápidos avanços em pesquisas inovadoras com implicações sociais significativas (Rose; Markowitz; Brossard, 2020). Ao tornar a ciência acessível e interessante, buscamos fortalecer a relação entre a academia e a sociedade, promovendo uma maior compreensão do desenvolvimento científico e dos seus impactos no cotidiano das pessoas.

Nesse contexto, foi proposto, em 2024, o projeto “Ciência Viva”, que se justifica, em tempos de *fake news*, pela necessidade urgente de promover maior integração e compreensão entre a sociedade e a ciência, especialmente em um contexto no qual a

disseminação de informações científicas acessíveis e envolventes é essencial, dado que a maioria do conhecimento científico produzido no Brasil e no mundo fica retido nas comunidades acadêmicas. Nesse sentido, a iniciativa da construção desse projeto surgiu como resposta aos desafios enfrentados pela sociedade contemporânea, na qual a desinformação e a falta de acesso a conteúdos científicos precisos podem minar a capacidade das pessoas de tomarem decisões informadas e participarem ativamente do avanço social, político, científico e tecnológico.

Desse modo, o objetivo deste texto foi relatar a experiência de desenvolvimento e execução do “Ciência Viva”, descrevendo as estratégias adotadas para a divulgação científica em ambientes digitais, os resultados alcançados em termos de alcance e engajamento do público, e, por fim, os impactos formativos observados entre as/os participantes da iniciativa.

Nesse horizonte, a produção de material audiovisual em redes sociais torna-se uma ferramenta essencial para a disseminação de conteúdo científico. Por meio dessa forma de divulgação, é possível atender às necessidades de informação, inspiração e engajamento. Assim, esse projeto motivou-se pela importância de democratizar o conhecimento e promover uma cultura de curiosidade e apreciação pela ciência, visto que o acesso à divulgação científica aumenta a compreensão das cidadãs e dos cidadãos sobre o mundo natural e melhora a capacidade de tomar decisões informadas (Pulido-Salgado; Mena, 2021). A ciência não deve ser encarada como um domínio exclusivo de especialistas, mas sim como um patrimônio da humanidade, acessível a todos. Ao disponibilizar esses conteúdos de formas acessíveis e envolventes nas redes sociais, possibilita-se que pessoas de todas as origens se envolvam ativamente na busca pelo conhecimento por meio do diálogo.

Nesse sentido, o projeto “Ciência Viva” se propôs a ser uma conexão entre a comunidade e a ciência, visando informar e inspirar novas e novos cientistas, além de engajar pessoas de todas as idades e formações. De modo geral, esse projeto objetivou promover a divulgação científica de forma acessível e envolvente, utilizando as redes sociais para aproximar a ciência da sociedade. Por meio da criação de material audiovisual para a disseminação de conteúdo científico acessível e envolvente nas redes sociais, buscamos democratizar o conhecimento científico e fomentar uma cultura de curiosidade e apreciação pela ciência na sociedade contemporânea.

Ao promover uma maior integração e compreensão entre a sociedade leiga e a ciência, visamos contribuir para o fortalecimento dos alicerces de uma sociedade mais informada, crítica e capacitada para enfrentar os desafios urgentes do século 21. Dessa forma, procuramos não apenas informar e transformar, mas contribuir para uma sociedade mais consciente,

sensibilizada, participativa e engajada no que se refere aos benefícios da ciência e da educação. Desse modo, a experiência descrita neste relato destaca os desafios, as soluções adotadas e os impactos alcançados pelo projeto.

METODOLOGIA

Desenvolvimento da identidade visual

O projeto iniciou-se pela criação de um logotipo exclusivo, que representasse visualmente nossa identidade e nossos objetivos perante o público. Esse processo teve a colaboração ativa de todas/os as/os integrantes da equipe, permitindo uma escolha coletiva que refletisse os valores e a missão da iniciativa. Após a primeira reunião, as/os discentes ficaram responsáveis por trazer opções de logotipos baseados em nossos objetivos.

Realizamos reuniões de *brainstorming* relativas aos elementos e às cores que deveriam estar presentes no logotipo. Após algumas semanas, reunimo-nos para verificar as opções, conversar sobre algumas alterações a serem realizadas e escolher o modelo a ser utilizado (Figura 1). O logotipo refere-se a uma lâmpada, que traz referências a ideias novas e soluções. Optamos, também, por utilizar folhas no meio da lâmpada, para trazer uma alusão ao meio ambiente. Além disso, foi construído um manual de marca para balizar aplicações do logotipo e informar sobre as fontes utilizadas e possíveis aplicações (Figura 2).

Figura 1 – Logotipo desenvolvido para o projeto com uma das cores de aplicação



Fonte: os autores (2024).

Figura 2 – Informações do manual de marca desenvolvido para aplicações da identidade visual do projeto



Fonte: os autores (2024).

Etapas de treinamento da equipe de bolsistas

A equipe foi composta por três alunas/os bolsistas e três voluntárias/os, entre 15 e 17 anos, discentes do Curso Técnico em Meio Ambiente, do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro (IFTM), Câmpus Uberlândia. As/os discentes participaram de todas as etapas de desenvolvimento de conteúdo, desde a criação de roteiros e a gravação de vídeos até a edição e a publicação nas redes sociais. Para isso, elas/es tiveram treinamentos concentrados em reuniões semanais com as/os professoras/es responsáveis pelo projeto, as/os quais atuam na área de ecologia vegetal e de divulgação científica.

Dentre os treinamentos, destacamos o acesso à pesquisa no repositório “Web of Science”, no qual foram realizados os levantamentos bibliográficos semanais para escolha dos artigos relativos aos temas de pesquisa definidos em conjunto pelo grupo. Optamos por temas relevantes e de interesse público, como meio ambiente, racismo, igualdade de gênero, arte, saúde, tecnologia e história.

Posteriormente, as/os discentes foram treinadas/os para traduzirem os artigos por meio da plataforma “DeepL”. Em seguida, iniciaram o aprendizado para a criação de roteiros personalizados para redes sociais utilizando o ChatGPT, que, segundo as/os estudantes,

desempenhou um papel central na construção e na melhoria dos roteiros, permitindo que as ideias fossem organizadas de maneira coesa e acessível para diversos públicos.

Após a etapa de aprendizado sobre a confecção de roteiros para divulgação científica, as/os participantes realizaram um treinamento referente ao uso de ferramentas de áudio e vídeo utilizadas para a produção de conteúdo. Dentre as ferramentas, destacamos o uso da luz artificial com bastão de led e a potencialização de luz natural com rebatedor de luz, bem como a captação de áudio e a edição de vídeos por meio do aplicativo CapCut, proporcionando um resultado interativo, envolvente e alinhado ao público-alvo. Para os cenários das gravações, escolhemos locais estratégicos na cidade de Uberlândia, em Minas Gerais (MG), como o Parque do Sabiá e, principalmente, o câmpus do IFTM, incorporando elementos visuais atrativos que dialogassem com os temas abordados. Inicialmente, prevíamos a utilização de mais espaços para gravações; entretanto, com a logística e os cronogramas limitados das/dos discentes envolvidas/os no projeto, optamos por concentrar as filmagens no câmpus, local de mais fácil acesso para todas/os as/os envolvidas/os. A adição de legendas foi realizada no próprio Instagram, visando alcançar também o público de pessoas surdas.

A capacitação das/dos participantes incluiu cursos de *copywriting* e *storytelling*, técnicas fundamentais para adaptar conceitos científicos complexos em mensagens claras e envolventes. O uso de ferramentas de engajamento pagas no Instagram foi integrado às estratégias para potencializar o alcance das postagens. Entre os principais desafios enfrentados, destacamos a necessidade de aumentar o engajamento nas redes sociais e aprimorar a qualidade dos vídeos produzidos. Para superar essas dificuldades, realizamos testes constantes de gravação, além de ajustes na frequência de publicações, resultando em um impacto positivo nas métricas de visualização e interação. Ademais, a combinação de impulsionamento pago e conteúdo visualmente atraente contribuiu para ampliar a audiência do projeto.

Maratonas de coleta de conteúdo

Durante o desenvolvimento do projeto, foi indispensável realizarmos pesquisas diárias em plataformas especializadas, que foram fundamentais tanto para a seleção de artigos científicos quanto para a elaboração de roteiros e a edição dos vídeos. Portanto, dedicamo-nos a intensas maratonas de pesquisas para identificarmos artigos científicos de interesse público. De acordo com as/os discentes envolvidas/os, essa etapa foi desafiadora, mas essencial para garantir que o material selecionado fosse relevante e atrativo, servindo de base sólida para a produção dos roteiros. Os artigos encontrados no “Web of Science” foram filtrados da seguinte

maneira: publicados nos últimos cinco anos; mais citados primeiro. Foram realizadas duas maratonas, nas quais nos reunimos em laboratório para encontrarmos artigos interessantes e discutirmos em grupo sobre a pertinência da inclusão deles na produção de roteiros.

Produção de conteúdo

Após a etapa de pesquisa, iniciamos a produção de conteúdos voltados para o Instagram. Cada vídeo teve duração máxima de um minuto, sendo desenvolvido para ser didático, acessível e cativante, garantindo uma comunicação clara e impactante, podendo ser facilmente compreendido por diversos públicos, inclusive o leigo, sem nenhum conhecimento prévio sobre o tema. A identidade visual e a linguagem adotadas foram estrategicamente pensadas para atrair tanto o público jovem quanto adultos/os interessadas/os em expandir seu conhecimento sobre ciência.

Gerenciamento do perfil no Instagram

No início do projeto, criamos um perfil no Instagram (@cienciavivida), que posteriormente ganhou descrições, foto de perfil com logo e link para acesso a informações do projeto. O público-alvo foi formado por usuárias/os dessa rede social interessadas/os em ciência, abrangendo diversas faixas etárias e localidades. Uma das estratégias para a disseminação do conteúdo foi a utilização de *hashtags*, sendo “#ciencia”, “#divulgacaocientifica” e “#stem” alguns dos exemplos de termos mais amplos utilizados. Além disso, para cada vídeo, também utilizamos *hashtags* mais específicas e relacionadas ao tema do artigo utilizado. Ao longo do período de desenvolvimento do projeto, realizamos ajustes na periodicidade de publicações, visando alcançar um público mais diverso.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Lançamento do perfil e participação na 15ª Semana Multidisciplinar

Como forma de disseminação do lançamento do perfil @cienciavivida no Instagram, realizamos uma ação de divulgação na 15ª Semana Multidisciplinar, tradicional evento de pesquisa e extensão que ocorre anualmente no IFTM – Câmpus Uberlândia, que recebeu aproximadamente 650 participantes em sua edição de 2024. A organização forneceu um estande, o qual foi decorado com cartazes explicativos sobre o projeto e informações sobre as/os

participantes (Figura 3). Outrossim, havia um cartaz com *QR Code* para que as/os participantes do evento seguissem a página. Além disso, distribuímos cerca de 600 adesivos com artes diversas sobre ciência (Figura 3), os quais possuem o nome do usuário do perfil (@cienciavivida) para que as/os participantes o seguissem.

Figura 3 – Cartazes utilizados no estande e artes dos adesivos distribuídos durante a 15ª Semana Multidisciplinar do IFTM – Câmpus Uberlândia



Fonte: os autores (2024).

A ação de lançamento do perfil foi o momento estratégico para articular práticas de extensão presencial e digital, favorecendo a aproximação entre universidade e sociedade. O estande, decorado com cartazes explicativos e recursos interativos, atuou como um espaço de mediação entre os objetivos do projeto e o público, permitindo um diálogo direto que transcende a lógica de mera transmissão de informações, aproximando-se da concepção da divulgação científica como prática social (Bueno, 2010).

Métricas do perfil

Uma das formas que utilizamos para avaliar o engajamento das/dos seguidoras/es e a preferência por temas foram as métricas do perfil do Instagram. Embora não tenhamos alcançado um número significativo de seguidoras/es (120), destacamos que as postagens foram visualizadas por um número maior do que esse, somando 12.824 visualizações nos vídeos postados entre outubro e dezembro de 2024 (Figura 4); entre eles, destaca-se um vídeo sobre o tempo gasto em telas, o qual alcançou o maior destaque (5.207 visualizações), recebendo 90 curtidas e 107 interações – o que indica que as/os usuárias/os que visualizaram o vídeo o compartilharam com 107 contas do aplicativo.

Figura 4 - Alguns dos vídeos publicados e seus temas (tempo de tela; neurologia; raça e desigualdades educacionais; *burnout* parental)



Fonte: os autores (2024).

Entre os vídeos publicados, um deles abordou o tempo de tela, o qual ilustra a relevância da escolha de temas que dialoguem diretamente com preocupações cotidianas. Como apontam Brossard e Lewenstein (2010), conteúdos de ciência que se relacionam claramente com a vida diária do público têm maior probabilidade de gerar interesse, engajamento e compartilhamento. Nesse sentido, o destaque do vídeo confirma que a conexão entre ciência e experiência social é central para a eficácia da divulgação científica em ambientes digitais.

Por outro lado, a discrepância entre o número de visualizações e a baixa conversão em seguidoras/es sugere alguns desafios na fidelização da audiência. Esse aspecto remete à discussão sobre a efemeridade do consumo de conteúdo em redes sociais, na qual a atenção é fragmentada e competitiva (Carr; Hayes, 2015). Isso implica que a divulgação científica nesses

espaços precisa articular não apenas conteúdos atrativos e de fácil circulação, mas estratégias de construção de comunidades de longo prazo, capazes de sustentar interações mais profundas e significativas.

As métricas obtidas demonstram um cenário promissor, no qual a visibilidade alcançada confirma a pertinência da iniciativa. Indicadores de sucesso incluíram o número de postagens realizadas, as visualizações alcançadas e o feedback positivo das/dos seguidoras/es nas redes sociais. Contudo, também apontam para a necessidade de aprimorar estratégias de engajamento contínuo, de modo a transformar a audiência flutuante em comunidade ativa, ampliando a apropriação crítica do conhecimento científico pela sociedade.

Premiação no evento “Universo IFTM 2024”

Uma das experiências mais marcantes do projeto foi a representação da equipe durante o evento “Universo IFTM”, edição 2024, realizado em Uberaba/MG, com mais de 1.000 inscritas/os. Nele, tivemos nosso trabalho selecionado para apresentação no “II Congresso de Extensão do IFTM” (Figura 5, cuja exposição de imagem foi autorizada pela participante). A apresentação ocorreu no dia 26 de novembro de 2024, sendo reconhecida como destaque na sessão “I – Cultura, Esporte e Lazer”. O trabalho obteve o 2º lugar e uma pontuação de 36,33 pontos, reforçando a relevância e o impacto do projeto. Essa conquista não apenas validou os esforços coletivos do grupo, como também representou um marco significativo na trajetória pessoal da discente A.L.M., que apresentou o trabalho e destacou o reconhecimento de sua contribuição para uma sociedade mais informada e conectada com o conhecimento científico. A recepção do trabalho foi extremamente positiva, com elogios de diversas/os visitantes pela clareza e a criatividade do conteúdo.

Figura 5 – Apresentação do projeto durante o II Congresso de Extensão do IFTM



Fonte: acervo pessoal (2024).

Relatos pessoais das discentes

Na confecção deste escrito, surgiram alguns relatos pessoais realizados por membras participantes do projeto, que evidenciam que os impactos do projeto extrapolaram os resultados quantitativos obtidos nas redes sociais. Além da aquisição de competências técnicas relacionadas à pesquisa científica, à produção audiovisual e à comunicação digital, a participação na iniciativa favoreceu o desenvolvimento de habilidades transversais, como gestão do tempo, trabalho em equipe, criatividade, comunicação e resolução de problemas.

Outrossim, os relatos revelam o fortalecimento do sentimento de pertencimento à comunidade acadêmica e científica, aspecto especialmente relevante em projetos de extensão que buscam aproximar estudantes dos processos de produção e disseminação do conhecimento. Ao participarem ativamente de todas as etapas do projeto, desde a busca por evidências científicas até a divulgação dos resultados para a sociedade, as discentes compreenderam de forma mais concreta o papel social da ciência e das instituições públicas de ensino, conforme exposto a seguir.

Ao longo do projeto, pude observar significativas melhorias pessoais e acadêmicas em mim [...]. Desenvolvi uma gestão mais eficiente do meu tempo, aprimorando minha habilidade de conciliar estudos, compromissos pessoais e atividades do projeto. Também notei um avanço na minha capacidade de memorização, especialmente durante a preparação para decorar falas destinadas à gravação dos vídeos. Além disso, a experiência me proporcionou a oportunidade de explorar e compreender ferramentas digitais e estratégias de comunicação [...] essenciais na era contemporânea, especialmente para quem busca divulgar informações de maneira eficiente. A experiência permitiu não apenas o aprimoramento das minhas competências pessoais e acadêmicas, mas [...] a oportunidade de contribuir ativamente para a disseminação de conhecimento científico, reforçando a relevância de iniciativas que buscam construir uma sociedade mais informada, crítica e participativa (Ana Luiza Marques Nascimento, 2024)

Além do aspecto técnico, o projeto fomentou o trabalho em equipe, promovendo a troca de ideias, o diálogo e a resolução conjunta de problemas [...]. Essa troca não apenas enriqueceu o conteúdo produzido, mas [...] reforçou o senso de pertencimento à comunidade científica e acadêmica. O impacto social do projeto também merece destaque. Ao alcançar um público diversificado nas redes sociais, o “Ciência Viva” contribuiu para democratizar o acesso ao conhecimento científico e combater a desinformação (Jordana Naves Jordão, 2024).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto “Ciência Viva” demonstrou ser uma iniciativa relevante e eficaz na promoção da democratização do conhecimento científico por meio de estratégias digitais inovadoras. Ao integrar objetivos claros, uma equipe dedicada e um público diversificado, conseguimos aproximar a ciência da sociedade. Por meio do uso estratégico das redes sociais, disseminamos informações científicas de forma acessível e envolvente, promovendo a democratização do conhecimento e fomentando uma cultura de curiosidade e apreciação pela ciência. A experiência vivenciada destacou a importância de adaptar linguagens e formatos para se comunicar eficazmente com audiências amplas e diversas, utilizando vídeos curtos e visualmente atrativos para atrair a atenção e estimular o engajamento.

A metodologia aplicada e os desafios superados evidenciam o potencial transformador da comunicação científica quando executada com planejamento, criatividade e compromisso. Os resultados alcançados, incluindo o impacto nas redes sociais e o desenvolvimento de competências das bolsistas, reforçam o papel estratégico de projetos de extensão para conectar o meio acadêmico à comunidade.

Além de seu impacto imediato, o projeto deixa um legado de boas práticas em divulgação científica, fortalecendo a imagem do IFTM como um agente de transformação educacional e social. A continuidade e a expansão da iniciativa permitem novos públicos e

parcerias, consolidando o “Ciência Viva” como uma referência na área de divulgação científica e contribuindo significativamente para a construção de uma sociedade mais informada, crítica e engajada com as questões científicas e sociais que moldam o futuro. Por fim, o projeto reafirma o compromisso das instituições públicas com a promoção do conhecimento científico como um bem social. Ao inspirar novas gerações e promover o pensamento científico, o projeto se torna uma ferramenta poderosa para a transformação social e o avanço educacional.

FINANCIAMENTO

As/os autoras/es agradecem à Pró-Reitoria de Extensão e à Coordenação de Extensão do IFTM – Câmpus Uberlândia pelo financiamento do projeto, por meio do Edital N° 03/2024/CExt-Udi (Brasil, 2024).

REFERÊNCIAS

BRASIL. Ministério da Educação. Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Triângulo Mineiro. **Edital n° 03/2024/CExt-UFU – Câmpus Uberlândia**. Uberlândia: IFTM, 2024. Disponível em: <https://iftm.edu.br/editais/projetos-de-ensino-pesquisa-e-extensao/apoio-a-projetos-de-extensao/20240417/edital-n-03-2024-cext-udi-campus-uberlandia-programa-de-apoio-a-projetos-de-extensao-do-institu>. Acesso em: 15 jun. 2026.

BROSSARD, D.; LEWENSTEIN, B. Public communication of science and technology. *In*: BUCCHI, M.; TRENCH, B. (ed.). **Routledge handbook of public communication of science and technology**. 2. ed. Nova Iorque: Routledge, 2010. p. 11-39.

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, n. esp., p. 1-12, 2010. DOI 10.5433/1981-8920.2010v15n1esp1. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em: 4 out. 2025.

CARR, C. T.; HAYES, R. A. Social media: defining, developing, and divining. **Atlantic Journal of Communication**, [S. l.], v. 23, n. 1, p. 46-65, 2015. DOI 10.1080/15456870.2015.972282. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/272376225_Social_Media_Defining_Developing_and_Divining. Acesso em: 5 out. 2025.

CHRISTENSEN, L. L. Science communication. *In*: CHRISTENSEN, L. L. **The hands-on guide for science communicators: a step-by-step approach to public outreach**. Nova Iorque: Springer, 2007. p. 3-6.

DAVIES, S. R. An empirical and conceptual note on science communication's role in society. **Science Communication**, [S. l.], v. 43, n. 1, p. 116-133, 2020. DOI 10.1177/1075547020971642. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1075547020971642>. Acesso em: 10 maio 2024.

PULIDO-SALGADO, M.; MENA, F. A. C. Bringing policymakers to science through communication: a perspective from Latin America. **Frontiers in Research Metrics and Analytics**, Lausanne, v. 6, p. 1-9, 2021. DOI 10.3389/frma.2021.654191. Disponível em: <https://www.frontiersin.org/journals/research-metrics-and-analytics/articles/10.3389/frma.2021.654191/full>. Acesso em: 12 maio 2024.

ROSE, K. M.; MARKOWITZ, E. M.; BROSSARD, D. Scientists' incentives and attitudes toward public communication. **Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America**, [S. l.], v. 117, n. 3, p. 1274-1276, 2020. DOI 10.1073/pnas.1916740117. Disponível em: <https://www.pnas.org/doi/full/10.1073/pnas.1916740117>. Acesso em: 12 maio 2024.

Submetido em 12 de outubro de 2025.

Aprovado em 20 de abril de 2026.