



## CONECTANDO ODS E CDPC NAS REDES: relato da divulgação dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

**Fernanda A.A.C. MENDES<sup>1</sup>; Amanda S. OLIVEIRA<sup>2</sup>; Raquel L. CAETANO<sup>3</sup>; Luciana A. NASCIMENTO<sup>4</sup>**

### RESUMO

Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são uma agenda global estabelecida na Cúpula das Nações Unidas que inclui metas a serem atingidas até 2030. A fim de informar sobre a temática, o Centro de Divulgação e Popularização da Ciência (CDPC) do IFSULDEMINAS - Poços de Caldas, criado para divulgação e educação científica, está promovendo uma série semanal de postagens em seu perfil da rede social *Instagram*. O presente trabalho trata-se de um relato de experiência que busca apresentar e analisar todo planejamento e desenvolvimento das ações que utilizaram uma rede social hodiernamente em alta para divulgação científica da temática dos ODS e alcance de usuários. Neste relato, analisamos as estratégias de postagens utilizadas para atrair a atenção e informar o público alvo da página do Centro sobre o relevante assunto, unindo divulgação científica e o público através das mídias sociais.

**Palavras-chave:** Tecnologia; Sustentabilidade; Divulgação Científica; Instagram.

### 1. INTRODUÇÃO

De acordo com o site oficial da Organização das Nações Unidas no Brasil (Nações Unidas Brasil, sem data), os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) são uma rogativa global à ação a fim de eliminar a pobreza extrema e a fome, oferecer educação de qualidade para todos, preservar o planeta e fomentar sociedades pacíficas e inclusivas. A promoção desses objetivos é etapa fundamental para assegurar um futuro sustentável e apropriado para todos, o que envolve a criação de estratégias para divulgação das metas e engajamento em sua prática.

Nesse contexto, compreendemos que a divulgação científica desempenha um papel importante, assim como as redes sociais que, hoje, se configuram como ferramentas tecnológicas que ampliam os canais de relacionamentos (Marin et al., 2021), de modo que a comunicação efetiva sobre os ODS, por meio das redes, pode alcançar um público relevante, a fim de tornar a ciência acessível, contribuindo para a formação de cidadãos críticos (Ibiapina e Gonçalves, 2023).

Nessas relações e interações no meio digital, primeiramente, existe a relação usuário e plataforma e o entendimento do padrão de funcionamento da rede social; em seguida, ocorrem as interações sociais por meio de comentários de dúvidas, assim como as respostas, considerações e outras contribuições que geram a atenção do público. Assim, redes como o

<sup>1</sup>Discente em Licenciatura em Ciências Biológicas do IFSULDEMINAS - *Campus* Poços de Caldas. E-mail: fernanda.amatsu@alunos.ifsuldeminas.edu.br

<sup>2</sup>Discente em Licenciatura em Ciências Biológicas do IFSULDEMINAS - *Campus* Poços de Caldas. E-mail: amanda2.oliveira@alunos.ifsuldeminas.edu.br

<sup>3</sup>Professora EBTT Substituta do IFSULDEMINAS - *Campus* Muzambinho. Mestranda do ProfEPT IFSULDEMINAS - *Campus* Poços de Caldas. E-mail: raquel.caetano@ifsuldeminas.edu.br

<sup>4</sup>Professora EBTT IFSULDEMINAS - *Campus* Poços de Caldas. E-mail: luciana.nascimento@ifsuldeminas.edu.br

*Instagram* tornam-se ferramentas poderosas pelo seu formato visual e interativo que oferecem uma oportunidade de tornar a ciência mais evidente e presente no cotidiano das pessoas, permitindo a criação de conteúdos que podem abranger públicos distintos em vários lugares do mundo.

Tendo isso em vista, este relato de experiência apresenta e analisa as estratégias, desafios e resultados da divulgação científica dos ODS no perfil de *Instagram* do Centro de Divulgação e Popularização da Ciência (CDPC), uma iniciativa do IFSULDEMINAS - Poços de Caldas para difusão da ciência, fortalecimento do ensino no município e formação de professores. O CDPC realiza suas ações por meio de empréstimo gratuito de materiais didáticos de ciências da natureza e matemática e pela divulgação científica em suas redes sociais.

## **2. MATERIAL E MÉTODOS**

Neste relato, analisamos as formas, estratégias e métodos de postagens utilizados para chamar a atenção e instigar o público em publicações no perfil de *Instagram* do CDPC que apresentaram os ODS, unindo divulgação científica e o público através das mídias sociais. Com isso, buscamos dar visibilidade às abordagens utilizadas e partilhar práticas exitosas.

O *Instagram* conta com diversas ferramentas aos usuários, como os *stories* que são publicações que ficam visíveis durante 24 horas e permitem a interação dos seguidores com o proprietário da conta, por meio de enquetes, caixinhas de perguntas, músicas, votações, entre outros. Após o período de 24 horas, a rede oferece os destaques que são oriundos dos *stories* com o intuito de os seguidores permanecerem com acesso às postagens. Outra modalidade de publicação é o *feed* de notícias com publicações fixas, com imagens e/ou fotografia com legendas interativas. Além disso, existe a funcionalidade de um *chat* para bate-papo, onde seguidores podem trocar mensagens com o responsável pela conta.

O perfil do CDPC foi criado em março de 2023 e traz postagens em seu *feed* com informações sobre materiais e kits de experimentos que podem ser emprestados gratuitamente para professores da rede básica de ensino. Além disso, o perfil tem publicações de *stories* com temáticas científicas de interesse do público alvo do Centro.

## **3. RELATO DA EXPERIÊNCIA**

Dentre as ações do CDPC para o ano de 2024, foi proposto um projeto com conteúdo focado nos ODS e conduzido por uma das autoras do artigo, aluna do curso de Licenciatura em Ciências Biológicas e bolsista de um projeto de extensão vinculado ao Centro. O projeto iniciou com uma pesquisa no site da ONU Brasil para compreensão e coleta de dados sobre os ODS. Complementarmente, foram levantados dados da cidade de Poços de Caldas, por meio do Índice de Desenvolvimento Sustentável das Cidades – Brasil. Com esse material, foram elaboradas postagens

que contaram com um destaque na página do CDPC denominada “Série ODS”, além de postagens nos *stories* e no *feed* realizadas a partir do mês de agosto de 2024, com previsão de duração até fevereiro de 2025.

Para elaboração das postagens da série, com a colaboração da então aluna do Mestrado ProfEPT e bolsista do Projeto “CDPC Nas Redes”, e seguindo o manual de identidade visual do Centro, tivemos o cuidado de criar uma identidade visual para o projeto, ou seja, uma combinação de título, logomarcas, cores e elementos gráficos, que em conjunto, formam uma personalidade própria que contribui para a identificação da mensagem por parte dos seguidores da página e perfis alcançado organicamente. O que é muito importante para idealizar a criação de postagens que sejam coerentes e harmônicas, para que o projeto seja visualmente reconhecido e propague a mensagem com uma marca consolidada. A figura 1 traz um modelo de postagem contendo logomarca do CDPC no canto inferior esquerdo; paleta de cores em verde que remetem ao IFSULDEMINAS; logomarca dos ODS e ícone do objetivo tratado na semana, conforme adotada pela ONU, a fim de facilitar identificação do leitor.

A primeira postagem no *feed* apresentou a série, explicando os ODS e informando que a posteriori seria observada a realidade da cidade de Poços de Caldas perante essas metas de desenvolvimento sustentável. Essa divulgação foi realizada por meio de um *story* com *link* para acesso facilitado ao *feed* e um carrossel no *feed*, que é a sequência de telas com informações, imagens e elementos gráficos sobre o assunto. Nessa comunicação, utilizamos 5 telas que incluem uma tela final de assinatura que contém as marcas do CDPC e do IFSULDEMINAS - *Campus* Poços de Caldas, além da referência da fonte consultada para produção do conteúdo, prática adotada em todas as publicações do Centro.

Todas as postagens no *feed* da série são complementadas com uma legenda que oportuniza o reforço da mensagem produzida nas artes gráficas. As legendas incluem: uma interrogativa retórica, que é uma pergunta que introduz o tema e atrai a atenção para uma informação que será fornecida em seguida; informações relevantes e complementares ao tema; frases breves denominadas *call-to-action* (CTA), recurso linguístico que tem como função impelir os leitores a uma ação; e, as *hashtags* que são palavras usadas nas redes sociais para categorizar ou agrupar conteúdos e funcionam como etiquetas que facilitam a descoberta de postagens relacionadas a um determinado tema, contribuem para aumentar a visibilidade do conteúdo e podem gerar engajamento por meio das interações (curtidas, comentários e compartilhamentos), pois conectam o conteúdo a uma comunidade com interesses em comum.

A segunda postagem da série, destacou a primeira meta, sobre a erradicação da pobreza, e seguindo o padrão planejado contou com um carrossel, composto de 6 telas, legenda para o *feed* e *story*. Na terceira postagem, apresentamos a segunda meta, “Fome Zero e Agricultura Sustentável”,

com carrossel para o *feed* com sete telas, sua legenda, e uma tela no *story*. Por fim, a quarta postagem, realizada durante a redação deste trabalho, elucida a terceira meta, “Saúde e bem-estar”, que segue o mesmo modelo de carrossel e legenda para o *feed* e *story* com *link* para acesso ao *feed*.

Seguindo o planejamento da série, a cada quatro postagens sobre os ODS, serão publicados dados referentes a cidade de Poços de Caldas relacionados aos temas abordados nos *posts* já publicados.

Segundo o Meta Business Suite<sup>1</sup>, o alcance das 4 postagens da Série ODS, respectivamente, é o seguinte 592, 925, 647 e 757 perfis ou pessoas. Na data em que os dados foram gerados, 12/09/24, o perfil do CDPC tinha 364 seguidores. Os fatores que explicam o maior alcance são os compartilhamentos e interações, a descoberta das postagens por *hashtags* e a distribuição por algoritmos, indicando a relevância de usarmos as ferramentas disponíveis na plataforma para interação e aumento do alcance da informação veiculada.

#### 4. CONCLUSÃO

O uso do *Instagram* como ferramenta para promoção dos ODS tem se mostrado significativo por meio da criação de conteúdos atraentes e da interação do público em geral. No entanto, diversos desafios surgiram, como por exemplo a adaptação às mudanças do algoritmo e se manter relevante nesse ambiente de ampla concorrência. Esses desafios reforçam a necessidade de uma perspectiva mais flexível ao utilizar as mídias sociais, para dessa forma superar as barreiras existentes e desenvolver iniciativas de divulgação científica.

#### REFERÊNCIAS

IBIAPINA, Vinício Francisco; GONÇALVES, Monique. **Instagram: Uma proposta digital para o ensino de química e divulgação científica.** 2023. Revista Docência e Cibercultura, [S. l.], v. 7, n. 1, p. 01–25, 2023. DOI: 10.12957/redoc.2023.66274.

MARIN, Camila Burigo; et al. **Extensão nas redes sociais: teria a pandemia mudado os hábitos da comunidade?** Extensão em Foco,[S. l.], v. 23, n. 23, p. 50–69, 2021. DOI:10.5380/ef.v0i23.76490.

Nações Unidas Brasil. **Como as Nações Unidas apoiam os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável no Brasil.** 2024. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs>. Acesso em: 02 de setembro de 2024.

---

<sup>1</sup> O Meta Suite Business é uma plataforma que permite a gestão de páginas e contas no Instagram e outros serviços da Meta. Ele oferece ferramentas para criar, agendar e publicar postagens, monitorar o desempenho, interagir com o público e gerenciar anúncios, tudo em um só lugar.