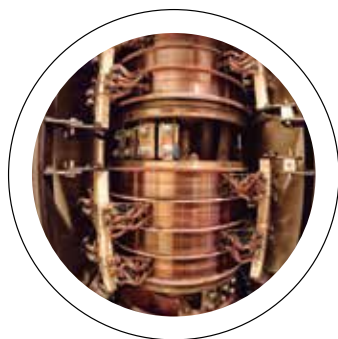


CIÊNCIA CONTEÚDOS TEMÁTICOS SÃO CADA VEZ MAIS DIFUNDIDOS E DIVULGADOS ALÉM DOS ESPECIALISTAS, ALCANÇANDO PÚBLICO LEIGO



Online. Redes sociais do GMT trazem novos conteúdos



Rotina. Fotos da construção do telescópio estão disponíveis

SÃO JOSÉ DOS CAMPOS

Matheus Andrade
@jornalovale

Se antigamente era trabalhoso encontrar uma receita de bolo, uma explicação médica ou alguma curiosidade sobre ciência, hoje esse mesmo material pode ser encontrado em poucos segundos. O motivo é simples: a internet. Beneficiar-se dela é mais do que uma tendência, e sim uma estratégia de muitas instituições para ampliar o acesso ao seu conteúdo por meio de um relacionamento com seu público, uso de hashtags, humanização da marca e criação de conteúdo.

Prova disso são as redes sociais da GMT Brasil, por exemplo. Mais do que apenas uma 'vitrine' para expor a construção do que será o maior telescópio do mundo, o perfil trata-se de uma verdadeira fonte de conhecimento e interatividade, utilizando uma linguagem simples, visual e com design facilitador.

"A maioria dos estudos sobre ciência utilizam termos técnicos. O principal desafio é fazer a tradução desse conhecimento para uma linguagem não acadêmica", disse a cinegrafista e editora de vídeo do projeto, Nacarô Serapião, estudante da Univap (Universidade do Vale do Paraíba).

Dentre as estratégias usadas pela GMT Brasil, está a de criar conexão com o público. "As pessoas têm um grande interesse em ciência quando ela é ensinada forma de curiosidade. Aliá-la com coisas que estão no dia a dia das pessoas desperta interesse. É como se ela visse aquilo sendo aplicado na vida dela", conta Nacarô.

407

MIL SEGUIDORES tem a página 'Conheciência' no Instagram, que traz memes e conteúdos humorísticos sobre ciência.

Na prática, as redes sociais da GMT Brasil são repletas de imagens com forte apelo estético e visual, vídeos com locuções dinâmicas, fotografias de bastidores, enquetes e até mesmo as chamadas "trends", que são tendências da internet, como memes. "Antigamente havia um domínio da televisão e era por ela que a maior parte dos conteúdos chegavam ao público. Na TV comercial, a ciência não tinha muito espaço. Mas a internet democratizou essa divulgação, pois hoje qualquer pessoa pode criar um blog ou um site para divulgar seus estudos e projetos."

HUMOR.

Uma pesquisa divulgada recentemente pela Globosat em parceria com a Consumoteca constatou que 85% dos internautas brasileiros interagem com memes na internet, o que promove um percentual de engajamento de 95% entre jovens de 16 a 29 anos. Quem tirou proveito disso foi Renato Guimarães, criador da página ConheCiência, que já atinge a marca de 407 mil seguidores no Instagram.

"O humor, tirinhas e memes têm sido fundamentais como uma ferramenta de engajamento. Nosso foco, de início, era ter uma postura mais centrada e dirigida; porém, quem não quer ver o experimento mental do Gato de Schrödinger ilustrado com seus próprios memes, né!?", disse.

Esse humor alinhado com informação é o que chama a atenção de Gabriel Kondo, de 24 anos, educador em São José dos Campos, que faz um alerta.

"Apesar de muitas páginas conseguirem conciliar humor com estudos científicos, existem algumas que acabam misturando fake news", disse. ■

CIÊNCIA

“Há grande interesse em ciência quando ela é ensinada como curiosidade”.

Nacarô Serapião
Cinegrafista do projeto GMT



CIÊNCIA DEMOCR