

REDES SOCIAIS E CONVITE À PESQUISA: UMA APROXIMAÇÃO NECESSÁRIA

Egle Katarinne Souza da Silva ¹
Alanna Gadelha Batista ²
Adriana Moreira de Souza Corrêa ³

RESUMO

O capítulo tem como objetivo apresentar a experiência de produção do perfil do Grupo de Estudos e Desenvolvimento de Objetos Virtuais de Aprendizagem, o GEDOVA, no *Instagram* e a sua contribuição para a divulgação das ações do grupo e para a promoção da visibilidade da ciência. A pesquisa se caracteriza como descritiva, com dados documentais analisados a partir das postagens realizadas nesse perfil. O percurso metodológico se ampara nos princípios do relato de experiência e os dados são analisados em uma perspectiva qualitativa. Como principais resultados, destacamos o letramento digital dos participantes, a visibilidade das ações individuais e do grupo promovidas pelas postagens nessa rede social e a valorização da ação de cada membro para alcançar os objetivos elencados.

Palavras-chave: Pesquisa científica, Grupo de estudo, *Instagram*.

INTRODUÇÃO

Produzir, coletivamente e colaborativamente, um ou vários textos, é um desafio, pois o produto final precisa refletir o consenso dos participantes e servir para o leitor ao qual se destina essa produção. Além disso, a produção se torna ainda mais instigante quando se trata de uma divulgação de um grupo de pesquisa acadêmica e, portanto, a construção coletiva dos textos divulgados precisa representar a identidade e os objetivos desse grupo.

Desse modo, o processo de construção de uma página em uma rede social para um coletivo de pessoas precisa ser planejado de maneira a apresentar uma narrativa, uma sequência/padronização de fatos representativos que entrelaçam as histórias individuais e as ações coletivas que marcaram e marcam o percurso formativo do grupo.

¹Gestora da ECIT Cristiano Cartaxo, Mestra em Sistemas Agroindustriais pelo Centro de Ciências e Tecnologia Agroalimentar da UFCG, eglehna@gmail.com;

²Licenciada em Pedagogia pela UFCG. Pós-graduanda em Neuropsicopedagogia pela Faculdade de Ciências Administrativas e de Tecnologia - FATEC, alannagadelha2014@gmail.com;

³Professora de Libras do da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), adriana.korrea@gmail.com;

Nesse sentido, buscamos relatar o processo de elaboração do perfil oficial do *Instagram* do Grupo de Estudos e Desenvolvimento de Objetos Virtuais de Aprendizagem (GEDOVA) composto por postagens interdependentes que precisam refletir as atividades e as conquistas do grupo de maneira que cada integrante se sinta representado e contemplado na produção desse espaço digital de divulgação.

Desse modo, surgiu-nos a seguinte inquietação: quais são as estratégias que podemos utilizar para que a página na rede social *Instagram* do GEDOVA seja um espaço de divulgação das ações, mas que, ao mesmo tempo, reflita as individualidades dos integrantes, para que cada indivíduo se sinta representado e participe desse espaço?

Diante desse questionamento, elencamos como objetivo geral analisar as estratégias utilizadas para a divulgação do grupo e para garantir a representatividade da individualidade dos participantes nas publicações individuais e na história contada pelo conjunto das postagens. Trata-se de uma pesquisa descritiva com dados analisados em uma perspectiva qualitativa e, para isso, utilizamos para compor os dados o relato de experiência dos desenvolvedores e as postagens dos usuários nas publicações. Diante dessas evidências realizamos a análise de teóricos que abordaram os fenômenos observados pelos pesquisadores.

Além da introdução que orienta os leitores sobre a abordagem e o objetivo, este escrito está dividido em 4 seções: a primeira aborda o referencial teórico com a abordagem sobre a publicização das pesquisas no Brasil e *Instagram* como ambiente de aprendizagem; seguindo, apresentamos a metodologia; os resultados e discussão e as considerações finais.

PUBLICIZAÇÃO DAS PESQUISAS NO BRASIL

Bueno (2002) chama a atenção para o analfabetismo científico do brasileiro expresso, dentre outras razões, pela falta de habilidade dos Centros de Pesquisa e, conseqüentemente, dos pesquisadores, em se utilizarem dos meios de publicização para tornar acessíveis os resultados das suas pesquisas e apresentar a importância da ciência para o desenvolvimento individual e social. Há quase duas décadas, o autor destaca que essa situação:

[...] não favorece, portanto, a divulgação da pesquisa, com prejuízos evidentes não apenas para a formação e a informação dos cidadãos, mas também para o reconhecimento público da importância da ciência e da tecnologia como vetores de desenvolvimento. Fica mais fácil entender, a partir daí, a reduzida visibilidade de instituições com a

opinião pública e mesmo com determinados setores da vida nacional, como a classe política que, continuamente, descarta os investimentos em C&T [ciência e tecnologia] como prioridade nacional (BUENO, 2002, p. 229).

Bueno (2002) complementa explicando que o reconhecimento público sobre as pesquisas e a sua relevância é um passo importante para a democratização do conhecimento no país e, por isso, é essencial investir em uma aproximação entre os pesquisadores e o público que se beneficia desses resultados, tanto como forma de compreender quanto se envolver e apoiar a pesquisa no Brasil.

Nesse sentido, corroborando com o autor Moreira et al. (2017) que realizaram entrevistas com 1.962 pessoas residentes nas cinco regiões brasileiras para identificar o interesse pela ciência e tecnologia. Desses, 78% revelaram ter interesse pelo tema, contudo, entre as pessoas que apresentam pouco interesse pela temática temos aquelas com renda mais baixa e o com idade mais avançada. Outro dado relevante trazido pelos autores é que de 2006 a 2015 houve uma média de crescimento de 40% a cada quatro anos na busca por informações, nas redes sociais, relacionadas à ciência. Em síntese, “Assim como ocorre com os jovens, nas faixas de população com maior nível de escolaridade, *internet* e *redes sociais* são meios predominantes para buscar informação sobre C&T.” (MOREIRA et al., 2017, p. 51, grifos dos autores).

Logo, faz-se necessário investir nesse meio de comunicação para publicizar a ciência a aproximá-las dos brasileiros, utilizando, para isso, as redes sociais de forma a valorizar o pesquisador e a importância de suas descobertas em diferentes áreas do conhecimento. Dentre esses espaços digitais, citamos o *Instagram*, uma rede social que pode ser utilizada para dar visibilidade às pesquisas, aos pesquisadores e aos grupos que desenvolvem essas atividades, conforme abordaremos na sequência.

INSTAGRAM COMO AMBIENTE DE APRENDIZAGEM

As tecnologias digitais, como as redes sociais *online*, a tecnologia móvel, os jogos digitais, os *e-books*, entre outros, permitem a ampliação dos espaços de aprendizagem, favorecem a interação e, conseqüentemente, a comunicação entre as pessoas, tanto de forma síncrona como assíncrona, ainda que os participantes estejam separados por grandes distâncias.

Essa forma de interação, apesar de perpassar diferentes relações sociais (pessoais, educacionais, profissionais, entre outras) teve o seu uso ampliado, de maneira exponencial, em virtude do cenário de quarentena orientado pela Organização Mundial

de Saúde (OMS) e aderido pela maioria dos governantes brasileiros frente à proliferação do novo coronavírus (UOL, 2020).

Diante dessa realidade na qual as pessoas que estão em quarentena precisam ficar em casa, na tentativa de promover a continuidade das atividades que necessitam da interação humana torna-se imprescindível a exploração dos diferentes recursos digitais para a realização das práticas educativas. Nesse sentido, a utilização das potencialidades das redes sociais precisa ser estudada e empregada no cotidiano, tendo em vista que nesse espaço digital é possível construir e utilizar, de forma colaborativa e coletiva, um perfil de rede social como um ambiente pedagógico rico em materiais formativos e informativos.

Entre essas redes sociais, nessa pesquisa, tratamos do *Instagram*, que de acordo com Al-Bahrani e Patel (2015), é uma das redes sociais mais utilizadas entre os jovens, apresentando fácil usabilidade. A usabilidade é definida por Braga e Menezes (2015) como a facilidade de uso da ferramenta desse modo, usando desse princípio e da criatividade do administrador/professor, o perfil nessa rede social pode ser transformado em um espaço digital interativo de divulgação de informações e materiais pedagógicos.

A utilização do *Instagram*, como um ambiente de aprendizagem, é relevante, pois oferece várias funções que permitem a publicação e gestão de textos multissemióticos, ou seja, formado por diferentes linguagens isoladamente ou pela combinação delas. Por meio dessas linguagens é possível criar atividades de leitura, produção de textos verbais e não verbais; criação e divulgação de recursos audiovisuais de curta e longa duração; interação de modo síncrono e assíncrono, colaboração entre os envolvidos, compartilhamento de saberes e construção de conhecimento.

Para compor as descrições a seguir, utilizamos o aplicativo por pouco mais de 3 meses e, a partir dessa experiência, produzimos as descrições das principais funções, conforme identificamos na sequência.

Dentre as funções dessa rede social, citamos os *Stories*, que correspondem publicações temporárias, com durabilidade de 24h, que podem ser utilizadas para interações pontuais ou, dependendo do objetivo elencado pelo administrador, é possível se tornar atemporal quando transformado em destaque de fotos ou vídeos, fixando a publicação no perfil do usuário por tempo indeterminado. Os destaques configuram-se em outra função que pode ser gerenciada por meio da categorização dos *stories*. Esse recurso permite selecionar imagens dos *Stories* e agrupar por temática de acordo com o objetivo do usuário.

Na função *Stories* é possível criar vários tipos de publicação, inserir a localização, horário, contagem regressiva de eventos, músicas, *Graphics Interchange Format* (GIFs), figuras, vídeos e ainda apresenta a opção de manter a interação entre os usuários. Essas interações podem ocorrer por meio de perguntas, como a enquete que permite fazer questionamentos com as alternativas sim e não como respostas; há a possibilidade de seguidores enviarem uma pergunta ao administrador do perfil; e ainda disponibiliza o teste, que é o *Quiz*, com até quatro alternativas de respostas.

O *Feed* contém todas as publicações do perfil do usuário/perfil e, cada postagem permite a divulgação e sistematização na *Timeline*, ou seja, a linha do tempo do *Instagram*. Nesse espaço, o gerenciamento das postagens deve obedecer a uma padronização que atraia os seguidores e, para isso, podem ser utilizados diversos recursos para melhor organização, sejam eles oferecidos pelo próprio *Instagram* ou associados a outros aplicativos. Como exemplo, citamos os aplicativos editores de textos e imagens, que permitem criar o *layout* das postagens - como o *Canva*, o *Power Point* - e para edição de vídeo é possível utilizar aplicativos como o *InShot*.

Os recursos audiovisuais podem ser publicados diretamente no *Feed* e, caso estes apresentem mais de 1 minuto de duração, a função IGTV é ativada. O IGTV é um aplicativo associado ao *Instagram*, que também pode ser baixado, separadamente, na *Play Store* e funciona como uma plataforma para o uso de vídeos longos no *Instagram*.

Em uma publicação disponível no *Feed* é permitida a comunicação assíncrona entre os seguidores e o administrador do perfil, por meio do ícone comentários, entretanto, essa comunicação fica visível para todos. Já na função *Direct* o seguidor conversa de modo síncrono (quando os dois participantes estão conectados simultaneamente) e assíncrono (caso algum deles esteja desconectado) ou em outra atividade. Essa função permite o bate-papo de modo particular entre dois usuários ou por usuários de um grupo.

Por essa pluralidade de possibilidades, o *Instagram* pode ser utilizado como um ambiente de aprendizagem, bem como um recurso que permite um alcance significativo para divulgação e compartilhamento de atividades acadêmicas, seja para abordagem de uma disciplina específica ou para socialização dos resultados de grupos de pesquisa, como apresentamos nesse estudo. Além da publicização das atividades realizadas e dos resultados alcançados de forma coletiva e colaborativa, acreditamos que o perfil do grupo nessa rede social pode funcionar como convite a novos membros que apresentem

interesse pelo conteúdo divulgado e projeto de pesquisa que, neste caso, são os Objetos Virtuais de Aprendizagem (OVAs).

No âmbito da coletividade e colaboratividade destacamos que tanto o perfil apresentado como o GEDOVA assume essa característica por ser formado por docentes e discentes de uma Instituição de Educação Superior (IES) do município de Cajazeiras, como por colaboradores que atuam em outras instituições deste município e região. Sobre essa realidade, Barbosa et al. (2017, p. 25) explicam que o *Instagram* trata-se “[...] de um espaço online no qual os discentes possam criar os seus próprios conteúdos e colaborar com os colegas, aprendendo, assim, a nova língua, com os seus aspectos culturais, e formando redes de aprendizagem e de conhecimento”, portanto, a criação de um perfil para o referido grupo em uma rede social utilizada, prioritariamente, para fins pessoais pode se reverter em um recurso digital com potencial educativo. Isso porque os educadores (e o grupo) recorrem a uma ferramenta presente no cotidiano do estudante e que pode ter o seu uso ampliado, à medida que incorpora a função de promover situações de ensino formal a partir das atividades propostas nesse espaço digital.

Em suma, os conteúdos, pesquisas, construção do conhecimento e a divulgação coletiva e colaborativa desses conhecimentos, contribuem para ampliar o interesse e a reflexão sobre a temática. Para isso, é necessário ressaltar as diretrizes do trabalho colaborativo que compreende uma forma de produção do conhecimento em que vários indivíduos, com objetivos comuns, se unem, respeitam o ponto de vista e a opinião de cada um, motivam-se e apoiam-se na realização das atualizações e revisão de conteúdo, apresentam suas percepções pessoais pela explanação do conhecimento construído e, desse modo, impulsionam e desafiam a si próprio e aos demais em busca da concretização de aprendizagens (SILVA; SANTOS; SILVA, 2019).

Esses textos publicados no perfil do *Instagram* (de modo escrito, em áudio, imagem, vídeo, ou todas as alternativas) se constituem em recursos multimodais, pois associam vários modos de produção da mensagem (DESCARDECI, 2002) e, dessa forma, podem ampliar o interesse dos interlocutores pela informação veiculada nessas postagens, veiculadas por meio de quaisquer das funções disponibilizadas no *Instagram: Stories, Feed, Direct*, entre outras.

No entanto, para produzir esses textos, é necessário compreender as funções do texto e as práticas de leitura e escrita dos receptores da mensagem, ou seja, os letramentos digitais. Isso porque, um usuário de uma rede social não espera receber um artigo de periódico científico no *Instagram*, ao contrário nesse espaço digital, o uso de

mensagens e vídeos curtos são produzidos e esperados pelos seus usuários no *Feed*, e interações mais longas são produzidas por meio de *Lives*. Em outras palavras, há regras a serem seguidas que são ditadas pelo aplicativo e compartilhadas pelos usuários desses espaços que interferirão nos modos de produção da mensagem em cada um desses locais.

O que pretendemos dizer é que os espaços de socialização (físicos ou digitais) criam práticas que se referem ao uso da linguagem e ao tipo de texto a ser veiculado. Diante disso, cabe ao usuário entender como ocorrem as interações nesses locais digitais maneira a produzir mensagens que sejam efetivas ao objetivo e às expectativas do público. Nesse processo, a análise das práticas letradas de uso da escrita, marcadas pelo uso adequado de recursos semióticos como cor, formato da letra, formatação entre outros (DESCARDECI, 2002) é indispensável para efetivar a comunicação.

Além das especificidades do uso dos recursos visuais, apresentados por Descardecí (2002), Lemke (2002, p. 468) destacam que precisamos, em diferentes esferas da vida, aprender a interagir utilizando “[...] as várias tarefas de comunicação e projeção, de combinação e integração de imagens textuais e gráficas, ambas abstratas e icônicas, sem mencionar as animações, o vídeo, o som, entre outros”, de forma a construir e ensinar os letramentos multimidiáticos. Para o autor, a construção desse conhecimento é urgente e necessária, pois permite a troca de informações do senso comum ao saber universitário aproximando pessoas e culturas de todo o mundo.

Nesse sentido, veicular os benefícios da pesquisa no *Instagram* é relevante no sentido de convidar outras pessoas a compreenderem a importância da pesquisa e sentirem-se convidados a participar desses momentos bem como a valorizarem essa ação humana, à medida que conhecem os efeitos para o pesquisador e para as interações sociais.

Outra vantagem é apresentar informações para a conscientização das ciências humanas, uma área do conhecimento que precisa ser reconhecida e financiada, pois os seus resultados, geralmente, implicam na melhoria das relações para a vivência em sociedade. Desse modo, apresentamos e analisamos a construção do perfil do GEDOVA no *Instagram* de maneira a publicizar a ciência, visibilizar os participantes e as ações, valorizando a contribuição de cada um para as investigações e discussões do grupo. Além disso, discutimos aspectos relativos à seleção e produção de textos para compor esse espaço de divulgação digital.

METODOLOGIA

Buscando divulgar os resultados do GEDOVA os membros do grupo criaram o perfil na rede social Instagram @gedovacfp. Por ser um grupo composto por membros de formações em várias áreas, por discentes e docentes, trata-se de um ambiente virtual coletivo, colaborativo e interdisciplinar, o qual foi criado com o intuito de divulgar as ações do grupo de maneira a atingir um alcance significativo de seguidores.

A pesquisa foi realizada na perspectiva de um relato de experiência na qual, por meio de uma abordagem qualitativa, descrevemos os resultados que correspondem às postagens do perfil supracitado. Logo, para apresentar a organização do perfil, buscamos relacionar as postagens à análise de teóricos que abordaram os fenômenos observados pelos pesquisadores.

O relato de experiência, de acordo com Daltro e Faria (2019) se estabelece como um trabalho que envolve a narração de fatos/objetos de estudo na perspectiva da coletividade e da singularidade. As pesquisas descritivas buscam descrever de forma singular os dados sem que haja intervenção do pesquisador (GIL, 2008). Já a abordagem qualitativa é realizada quando os resultados assumem características não numéricas, para proporcionar uma melhor visão e compreensão do objeto estudado (MALHOTRA, 2001).

Assim, a investigação tem um objetivo descritivo e apresenta dados presentes no perfil do *Instagram*, no recorte temporal compreendido entre maio e agosto de 2020, na análise de pesquisas científicas e na experiência das autoras desse escrito.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O perfil do GEDOVA no *Instagram* surgiu na necessidade de organizar e publicizar as ações do grupo em um espaço digital. A ideia não foi recente, mas em virtude da quarentena orientada pela OMS em função da proliferação do COVID-19 e o crescente número de publicações de atividades remotas postadas nessa rede social, surgiu a necessidade de divulgar o grupo nessa rede social. Anteriormente, essa divulgação era realizada em eventos acadêmicos, contudo, sentimos a necessidade de visibilizar as pesquisas e ações desse grupo de uma IES a diferentes pessoas integrantes ou não da comunidade acadêmica, buscando agregar outros pesquisadores bem como pessoas interessadas na temática de maneira a desmistificar a ideia de que a academia é o único local adequado a tratar sobre pesquisa.

Assim, a própria constituição desse espaço promove a mudança desse paradigma, tendo em vista que o *Instagram* permite a construção de textos multimodais, com a interlocução de diferentes linguagens e formatos diferentes daqueles frequentemente associados à pesquisa científica. Isso porque, ao passo que o *Instagram* se constitui em uma mídia de postagem de textos formados por imagens estáticas e em movimento e a interação entre os participantes ocorre com textos escritos e visuais (igualmente curtos), as publicações presentes nos eventos das IES são frequentemente associados à divulgação na palavra escrita e textos longos.

Dessa forma, a página na rede social configura-se como um espaço para agregar as ações e divulgar as produções desse grupo que conta com mais de cinco anos de ação e é composto por pessoas com diferentes idades, formações e experiência de pesquisa.

O GEDOVA é um projeto de pesquisa em atividade na Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), do Centro de Formação de Professores (CFP), *Campus* Cajazeiras - PB e está vinculado à Unidade Acadêmica de Ciências Exatas e da Natureza (UACEN) (SILVA; SILVA, 2018). Em relação à equipe, conta com profissionais da área: Pedagogia, Química, Matemática, Ciência da Computação e Matemática, sendo composta por voluntários e colaboradores, que são docentes nessa Universidade, licenciandos e licenciados vinculados à UFCG.

No tocante ao objetivo do projeto, a intenção é contribuir para o processo de ensino-aprendizagem por meio de estudos, desenvolvimento, disponibilização, divulgação e utilização de OVAs. Sendo assim, dentre as atividades, podemos listar: as discussões teóricas, que acontecem por intermédio de reuniões; os estudos, espaço e tempo reservado para estudos de temáticas nessa área de pesquisa, de forma individual ou em grupo; desenvolvimento de OVAs, por mais de um autor ou única autoria; a validação desses OVAs, momento no qual os membros do grupo analisam o recurso digital produzido pelo colega e, por meio de critérios elencados pelo grupo sugerem um possível aprimoramento do OVA antes da sua aplicação ao nível de ensino destinado; avaliação do recurso mediante a aplicação junto ao usuário; a produção de artigos científicos e livros, a fim de divulgar os conhecimentos e as vivências pautadas nesse processo de atuação do GEDOVA; participação em eventos com minicursos, palestras e oficinas para socialização do conhecimento construído.

Dessa maneira, as ações do grupo ocorrem de forma colaborativa, com o propósito de produzir e disseminar o conhecimento, seja na partilha entre os componentes do grupo e/ou com a finalidade de contribuir à formação docente, à

medida que favorece com a construção de saberes referentes às tecnologias digitais (CORRÊA et al., 2019).

Inicialmente, o espaço de divulgação coletiva do grupo era: um mural fixado no CFP/UFCG, na parede externa ao Laboratório da UACEN no qual ocorrem as reuniões; e o próprio espaço desse laboratório que, em suas paredes, exhibe os *banners* dos trabalhos mais recentes apresentados nos eventos científicos que contaram com a participação de membros do GEDOVA.

Portanto, por se tratar de um grupo que aborda temáticas voltadas para as tecnologias, é pertinente que as ações figurassem em espaços digitais de socialização, além das divulgações científicas, como anais digitais, capítulos de livros, oferta de minicursos e oficinas em eventos entre outras atividades. Entretanto, consideramos que para a organização desse espaço digital foi necessário elaborar estratégias para que os demais participantes se sentissem representados e colaboradores efetivos desse grupo.

Nessa perspectiva, tanto docentes como os discentes são considerados agentes ativos na construção de atividades e na publicização dos resultados alcançados no grupo. Conforme afirmam Bransford, Brown e Cocking (2007, p. 288) “[...] a cooperação cria um ambiente no qual os participantes podem contribuir de acordo com o que são capazes e aprender a partir das contribuições dos que são mais competentes”.

Desse modo, devido à quarentena, uma medida preventiva de contenção do COVID-19 adotada pelo Brasil e aderida pela UFCG, em 17 de março de 2020, em nota divulgada no *site* institucional⁴ em outras redes sociais da instituição, as interações do GEDOVA passaram a ocorrer por meio do *WhatsApp* e vídeoconferências, desde então as ações do grupo foram discutidas e realizadas utilizando ferramentas digitais.

Diante disso, inicialmente, definimos as informações necessárias para a apresentação do grupo. Assim, no dia 22 de maio de 2020, buscamos analisar dois perfis de Programas de Pós-graduação que existem nessa rede social, sendo eles: Programa de Pós-Graduação em Ensino, da Universidade estadual do Rio Grande do Norte, Campus Pau dos Ferros – RN; e o Programa de Pós-Graduação em Linguagem e Ensino (PPGLE) da UFCG.

A partir dessa pesquisa exploratória, definimos o roteiro de apresentação do perfil, com as informações principais do grupo e disponibilização de outros meios de contato, conforme identificamos na página do PPGLE. Optamos por realizar um perfil

⁴ A notícia pode ser acessada em: <https://portal.ufcg.edu.br/ultimas-noticias/1874-ufcg-anuncia-suspensao-das-aulas-e-outras-atividades-presenciais.html> Acesso em: 22 jun. 2020.

comercial e aberto, que não apresentasse restrições para quaisquer usuários visualizarem as publicações. Assim, definimos como postagens iniciais a seguinte estrutura:

Figura 1 – Postagens iniciais de apresentação do grupo.



Fonte: Dados da pesquisa.

Nas postagens em formato de vídeos, priorizamos o formato de IGTV, na opção de fixar no *Feed* e na aba do IGTV. Assim, iniciamos com o vídeo do professor e idealizador do grupo para apresentar, de forma breve, o objetivo, as atividades, os participantes do GEDOVA, além de propor o convite às pessoas que se identificam com a temática e têm interesse em ingressar no grupo de pesquisa.

A seguir, houve duas novas publicações da coordenação, uma em IGTV, do idealizador do grupo com a finalidade de discorrer sobre a sua experiência enquanto pesquisador no projeto e, nesse mesmo vídeo, ele apresenta um breve histórico de como surgiu o interesse pela temática estudada no grupo e o que o motivou a criar o GEDOVA. Em outra postagem no *Feed*, por causa do tempo, utilizamos o formato vídeo que contém a apresentação do atual coordenador que relata sua experiência profissional, as contribuições do grupo além de evidenciar algumas atividades realizadas no GEDOVA.

Dessa forma, para darmos continuidade a apresentação dos membros do GEDOVA, adicionamos esses vídeos em IGTV a uma série criada, intitulada “Apresentação dos membros do GEDOVA”, porque o intuito foi de organizar e facilitar o acesso aos vídeos ao dividi-los em séries. Além disso, pretendemos atualizar o *Instagram* com a criação de outras séries mediante a produção de novos IGTVs com temáticas sugeridas pelo grupo. Nessa série, disponibilizamos 8 vídeos que contemplam, em cada produção de IGTV, um voluntário ou colaborador que já foi membro ou que é participante do grupo. De modo geral, os participantes que realizaram as suas apresentações elucidam as experiências no projeto, as contribuições e as oportunidades proporcionadas por esse grupo, além de apontar algumas aspirações. Na Figura 2 identificamos as capas dos vídeos postados nessa série.

Figura 2- Apresentação de série do IGTV.



Fonte: Dados da pesquisa.

Por causa do distanciamento social, as reuniões do grupo acontecem de maneira remota e quinzenalmente, as quartas a partir das 19h. Como forma de registro dos encontros e para promover a visibilidade das ações realizadas pelo grupo são postadas

nos *Stories* as imagens das reuniões. Para a realização das postagens foi criado um layout usando o aplicativo Canva que é atualizado a cada encontro, contendo a imagem dos participantes naquela data, a data e o objetivo principal do encontro, como podemos observar dois exemplos na Figura 3.

Figura 3 – Registro das reuniões remotas do grupo.



Fonte: Dados da pesquisa.

Nesses encontros são discutidos diversos assuntos referentes aos OVAs como: critérios técnicos, contextuais e pedagógicos para validação e avaliação de OVAs; metadados; desenvolvimento de OVAs; eventos científicos na área; etc.

A figura 4 retrata uma das atividades propostas para iniciar a vigência 2020 – 2021, na qual os membros do grupo foram solicitados a escolher 3 palavras-chave que representam as expectativas para vigência 2020-2021 do projeto e inserir em um link gerado pelo *site* Mentimeter que foi disponibilizado no *WhatsApp*. O resultado dessa atividade foi apresentado na reunião do GEDOVA e postado no *Instagram* para registro e publicização das atividades. Trata-se de uma atividade produtiva à medida que reúne as expectativas do grupo e, por meio dessa rede social, pode ser retomado pelos membros do grupo e outros interessados.

Figura 4 – Nuvem de palavras



Fonte: Dados da pesquisa.

Ainda para o início da vigência 2020 – 2021 os administradores do perfil organizaram uma apresentação dos membros, tendo em vista que algumas das pessoas que realizaram os vídeos (Figura 2) precisaram deixar o grupo e outros participantes integraram-se ao GEDOVA nesse período. Para isso, foi idealizado um *layout* de apresentação que associou a imagem do participante, as palavras-chave selecionadas para a nuvem de palavras descrita na Figura 4 e um breve currículo acadêmico de cada participante. Esses perfis estão exemplificados na Figura 5.

Figura 5 - Apresentação dos membros do grupo e perspectivas para vigência 2020-2021.



Fonte: Dados da pesquisa.

Na figura 6 apresentamos as postagens de publicização do primeiro livro impresso do GEDOVA intitulado *Objetos Virtuais de Aprendizagem para Educação Ambiental e Ensino de Química* publicado no ano de 2018. Nesse período, o grupo era composto, predominantemente, por discentes do curso de licenciatura em química, por isso, os capítulos elencados para essa publicação discorriam sobre temáticas nessa área.

Figura 6 – Primeiro livro impresso do GEDOVA.



Fonte: Dados da pesquisa.

Na sequência, realizamos postagens que objetivam dar visibilidade ao segundo livro impresso do grupo que foi intitulado *Objetos Virtuais de Aprendizagem* como recurso didático. Esse livro, composto por 11 capítulos, com participantes que abordam os OVAs de maneira teórica e prática, sob a visão de diferentes áreas do conhecimento, foi publicado em 2019 e gerou as publicações no perfil do *Instagram* que objetivavam

destacar tanto o livro na sua integralidade, como ressaltar a contribuição presente em cada capítulo. Essas postagens podem ser observadas na figura 6.

Figura 7 – Segundo livro impresso do GEDOVA.

Fonte: Dados da pesquisa.

Na figura 8, observamos a divulgação do terceiro livro do grupo de pesquisa, sendo o primeiro no formato *e-book*. A obra foi intitulada *Objetos Virtuais de Aprendizagem na formação e prática docente* e foi publicada em agosto de 2020 e pode ser acessada de forma gratuita, portanto, consideramos pertinente deixar o *link* disponível na biografia do perfil do grupo no *Instagram*. A biografia, conhecida pelos usuários pela abreviatura “bio” é um espaço reservado para dispor de informações pessoais do administrador do perfil e permite a inserção de um *link* ativo que direciona o usuário para a página da editora na qual o livro foi publicado e, assim, permite o acesso dos interessados.

Figura 8 – E-book do GEDOVA.



Fonte: Dados da pesquisa

Diante do exposto, identificamos que a rede social *Instagram* pode ser um espaço digital produtivo para visibilizar as ações do grupo e para a constituição da identidade do GEDOVA, tendo em vista que visa apresentar as ações integrando os participantes e valorizando as ações individuais que geram o desenvolvimento do grupo. Desse modo, revisitando os perfis que serviram de inspiração e para a análise da composição da sistemática adotada, acreditamos que a produção de sequências pensadas e publicizadas em uma ordem específica contribuem para a compreensão e acompanhamento das ações do grupo, em detrimento de outros perfis que realizam postagens aleatórias sem se preocupar na apresentação sequencial de informações divulgadas.

Ressaltamos que a produção do perfil foi relevante não só para a socialização das informações, mas para a composição do letramento digital, que é apresentado por Ribeiro (2018) como um modo de agir que implica na aquisição de técnicas, práticas, modos de pensamento, atitudes e valores que se desenvolvem por meio dos recursos e possibilidades de interação no ciberespaço. Logo, a criação do perfil permitiu que

participantes como menor habilidade de interação por meio dessa rede social pudesse se apropriar de formas de interagir no ciberespaço.

Assim, acreditamos que o perfil no *Instagram* é um recurso produtivo que possibilita diferentes aprendizagens e, portanto, precisa ser explorado como espaço de divulgação da ciência e estimule outras pessoas a desenvolver pesquisas que visem melhorar as relações, em especial, àquelas voltadas para a aprendizagem.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O período de isolamento social gerado em função da disseminação do COVID-19 modificou as práticas de interação e aprendizagem. Assim, as redes sociais que eram utilizadas, em larga escala, para entretenimento, são utilizadas para promover o aprendizado. Diante disso, surge a experiência relatada nesse capítulo que apresentou seções de divulgação do GEDOVA e da ciência através do *Instagram*.

Destacamos que as ações ora relatadas permitiram a compreensão das funcionalidades do *Instagram* pelos participantes; a produção de textos multissemióticos agregando outros aplicativos à rede social; a visibilidade das ações do grupo e das atividades realizadas por cada participante; bem como a valorizar a participação de cada membro nas atividades presentes no grupo.

Nesse sentido, consideramos que a ação foi e está sendo produtiva e, portanto, precisa ser publicizada e ter continuidade utilizando outras funcionalidades do próprio *Instagram* e se expandir para outras redes sociais.

REFERÊNCIAS

AL-BAHRANI, A.; PATEL, D. Incorporating Twitter, Instagram, and Facebook in Economics Classrooms. **The Journal of Economic Education**, v. 46, n. 1, p. 56–67, 2015. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/00220485.2014>. Acesso em: 21 jun. 2020.

BARBOSA, C. *et al.* Utilização do Instagram no ensino e aprendizagem de português língua estrangeira por alunos chineses na Universidade de Aveiro. **Revista Latinoamericana de Tecnología Educativa**, v. 16, n. 1, p. 21-33, 2017. Disponível em: <https://relatec.unex.es/article/view/2936/2000>. Acesso em: 21 jun. 2020.

BUENO, W. da C. Jornalismo científico como resgate da cidadania. In: MASSARANI, L.; MOREIRA, I de C.; BRITO, F. (Orgs.). **Ciência e Público: caminhos para a divulgação científica no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência/

Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Fórum de Ciência e Cultura, 2002. p. 229-230.

BRAGA, J.; MENEZES, L. Introdução aos Objetos de Aprendizagem. In: BRAGA, Juliana (Org.). **Objetos de Aprendizagem: Volume 1: introdução e fundamentos**. Santo André: UFABC, 2015. Disponível em: pesquisa.ufabc.edu.br/interact/?page_id=370. Acesso em: 21 jun. 2020.

BRANSFORD, J.; BROWN, A.; COCKING, R. R. (Orgs.). **Como as pessoas aprendem: cérebro, mente, experiência e escola**. Trad. Carlos David Szkaj. São Paulo: Editora Senac, 2007.

CORRÊA, A. M. de S.; SILVA, E. L. da.; SILVA, E. K. S. da.; MARQUES, J. A. (Organizadores). **Objetos virtuais de aprendizagem como recurso didático**. Editora CRV, Curitiba, 2019.

DALTRO, M. R.; FARIA, A. A. de. Relato de experiência: Uma narrativa científica na pós-modernidade. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 1, p. 223-237, jan./abr. 2019.

DESCARDECI, M. A. A. de S. Ler o mundo: um olhar através da semiótica social. **Educação Temática Digital**. Campinas, v. 3, n. 2, p. 19 – 26, jun., 2002. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/etd/article/view/604>. Acesso em: 17 abr. 2020.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LEMKE, J. L. Letramento Metamidiático: transformando significados em mídias. **Trab. Ling. Aplic.**, n. 49, v. 2, p. 455 -479, 2010.

MALHOTRA, N. **Pesquisa de marketing**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.

MOREIRA, I. de C. et al. **A ciência e a tecnologia no olhar dos brasileiros**. Percepção pública da C&T no Brasil: 2015. Brasília, DF: Centro de Gestão e Estudos Estratégicos, 2017.

RIBEIRO, A. E. **Escrever hoje: palavra, imagem e tecnologias digitais na educação**. São Paulo: Parábola, 2018.

SILVA, E. K. S. da.; SANTOS, A. P. dos.; SILVA, E. V. da. Objeto Virtual de aprendizagem interdisciplinar de autoria coletiva. In: CORRÊA, A. M. de S.; SILVA, E. L. da.; SILVA, E. K. S. da.; MARQUES, J. A. (Organizadores). **Objetos virtuais de aprendizagem como recurso didático**. Editora CRV, Curitiba – Brasil, 2019.

SILVA, E. L.; SILVA, E. K. S. Prefácio. In: SILVA, E. L.; SILVA, E. K. S. **Objetos Virtuais de Aprendizagem para Educação Ambiental e Ensino de Química**. João Pessoa: Sal da Terra, 2018, p. 15- 16.

UOL. **Coronavírus na China: perguntas e respostas sobre a doença**. 29 jan. 2020. Disponível em:

<https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/bbc/2020/01/22/coronavirus-na-china-perguntas-e-respostas-sobre-a-doenca-que-matou-6.htm?next=0001H932U12N> Acesso em: 7 jun. 2020.