



ELAS DIGITAIS: USO DE STORIES DO INSTAGRAM PARA DIVULGAÇÃO DE MULHERES CIENTISTAS

Caroline Reis Vieira Santos Rauta¹

Daniela Sbizera Justo²

Resumo

O Elas Digitais é um projeto filiado ao Meninas Digitais e tem como objetivo encorajar meninas a seguirem carreiras na área de Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática (STEM). Entre 2019 e 2020, o projeto propôs desenvolver jogos para divulgar o nome de mulheres destaque em sua área do conhecimento. Acredita-se que, ao mostrar mulheres que contribuíram para o desenvolvimento de sua área, estimula-se meninas de várias faixas etárias a ingressarem nas STEMs. O projeto precisou de adaptações durante a pandemia que envolveram o uso da opção “enquete” do “Stories” do Instagram para o desenvolvimento de jogos, apesar disso, um questionário de avaliação mostrou que o projeto cumpriu em grande parte os objetivos propostos.

Palavras Chave: Jogos. Lúdico. Mulheres. STEM. Ciência.

INTRODUÇÃO

Conforme demonstram os números da Plataforma Nilo Peçanha (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2020), ano-base de 2019, apenas 34% das matrículas em cursos técnico e superior em tecnologia dos subeixos informação e comunicação; informática; e química³ são de indivíduos do sexo feminino. Em áreas como vestuário e estética⁴, apenas para fins de exemplificação as mulheres representam 70% das matrículas. Assim, fica clara a separação por sexo nos casos de alguns cursos.

¹ Professora do Departamento de Ensino, Pesquisa e Extensão | Instituto Federal de Santa Catarina | caroline.reis@ifsc.edu.br

² Professora do Departamento de Ensino, Pesquisa e Extensão | Instituto Federal de Santa Catarina | daniela.sbizera@ifsc.edu.br

³ A pesquisa foi feita com base nesses cursos porque são ofertados no câmpus em que o projeto é desenvolvido.

⁴ Embora o curso de “estética” não seja ofertado no câmpus onde o projeto é desenvolvido (apenas os pertencentes ao subeixo da área de “Vestuário”) optou-se por incluí-lo na busca por ser de conhecimento empírico que cursos da área de estética são vistos como “femininos”; fato que a busca feita confirmou.



Para tentar engajar mais meninas da região, então, é que se propôs o Elas Digitais, um projeto filiado ao Programa Meninas Digitais, da Sociedade Brasileira de Computação, cujo objetivo é encorajar meninas a seguirem carreiras na área de tecnologia. No período de julho de 2019 a julho 2020, o projeto trouxe a proposta de desenvolver jogos físicos e digitais para divulgar o nome de mulheres que foram destaque em sua área do conhecimento. Acredita-se que, de maneira lúdica, através dos jogos, ao mostrar mulheres que foram bem sucedidas e contribuíram para o desenvolvimento da ciência, cria-se um modelo de inspiração e gera-se empoderamento de meninas de várias faixas etárias para que se sintam mais convidadas a ingressarem em cursos de todas as áreas do conhecimento, inclusive nas Ciências, Tecnologia, Engenharias e Matemática (STEMs, em inglês).

METODOLOGIA

A etapa inicial do projeto se constituiu em pesquisar na literatura registros de mulheres que foram destaques em sua área. Após a localização e estudo de material bibliográfico de referência (KATE PANKHURST, 2018; PORTO DE SOUZA; CARARO, 2017; RACHEL IGNOTOFSKY, 2017; THOMÉ, 2018), a próxima etapa foi fazer um levantamento de ideias de jogos que pudessem ser desenvolvidos com a temática. O público alvo foi meninas em idade escolar, já que a escolha da carreira é construída nos anos do ensino básico. Quanto mais jovem o público, maior a probabilidade de fomentar o interesse de meninas em áreas variadas, incluindo as STEMs.

Antes do início da pandemia de COVID-19 ocorrida em 2020, a etapa do projeto de pesquisa consistiu principalmente em recriações de jogos de tabuleiro embasados em jogos clássicos como: 'Twister', 'Cara a Cara', jogo da memória e 'Perfil'. Esses jogos foram confeccionados pelas bolsistas a partir de material de papelaria – incluindo papel paraná, polaseal para plastificação, fitas adesivas coloridas, caixas de papelão, impressões coloridas, adesivos de vinil coloridos etc. – ou reaproveitamentos de material. Com a chegada da quarentena e do fechamento compulsório de estabelecimentos de ensino e de serviços não



essenciais, o projeto precisou replanejar emergencialmente suas próximas ações. Apesar de incluir inicialmente a produção de jogos digitais, não somente de jogos físicos – estes foram pensados na possibilidade de serem desenvolvidos em locais sem conectividade com a internet – a pandemia apressou o processo: com o fechamento do câmpus onde se desenvolvia, as bolsistas e as pesquisadoras ficaram sem acesso a equipamentos e a software só disponíveis na instituição que ajudariam no desenvolvimento desta etapa. Além disso, a necessidade de readaptação de bolsistas e orientadoras ao ensino remoto se mostrou um desafio a mais, já que exigiu de todas mais planejamento e carga horária de dedicação a atividades de ensino.

Essa readaptação do projeto consistiu principalmente em busca por ferramentas de disponibilização e criação de maneira rápida e fácil – já que as bolsistas ainda estavam no meio do curso técnico em informática, portanto ainda em fase de aprendizagem, e sem acesso aos recursos ofertados apenas no câmpus, como laboratórios específicos - de jogos na versão digital. Inicialmente buscaram-se e testaram-se algumas opções online para criação desses jogos digitais, como a plataforma de jogos Kahoot e a criação de um Webquest usando o Google Sites. A alternativa encontrada, então, foi usar uma ferramenta conhecida por amplo público e com o qual a equipe de execução do projeto tivesse bastante familiaridade. Optou-se, assim, pelo uso da conta do Instagram do projeto, já existente e com 320 seguidores no momento da escrita deste trabalho, para o desenvolvimento e divulgação de jogos. A ferramenta “Stories” foi utilizada por algumas razões: ela permite que sejam feitas enquetes e outras interações; permite que as publicações fiquem como destaque na conta e possam ser visualizadas a qualquer tempo; os “Stories” ficam no ar 24 horas e não dependem dos algoritmos do Instagram para aparecer para os usuários, como as postagens do “Feed” (POSTGRAIN, 2019).

Para criar o design do jogo, foi utilizada a ferramenta online Canva em sua versão gratuita, que permite dar um visual mais convidativo para os usuários interagirem.

Após escolher o meio através do qual o jogo seria disponibilizado ao público, foi o momento de pôr em prática o jogo “Mulheres pelo mundo”.



Inicialmente esse jogo seria físico e envolveria um robô feito com o kit Lego MindStorm. Assim, a jogadora percorreria o mapa mundi e em cada local se depararia com uma personalidade feminina de destaque em sua área. A ideia era percorrer os cinco continentes apresentando suas cientistas tentando manter a representatividade de pessoas do mundo todo. Essa ideia foi adaptada: criou-se um destaque de apresentação inicial do jogo; e posteriormente foram postados quizzes durante uma semana envolvendo mulheres da América do Sul, América do Norte, América Central, Europa, África, Ásia e Oceania. Ao final do tempo disponibilizado para o jogo, os usuários foram convidados a responder um questionário – também feito através da opção “enquete” dos “Stories” da conta – para avaliar o primeiro ano do projeto e o jogo “Mulheres pelo Mundo”. Esse questionário era composto por dez perguntas e os usuários foram convidados a avaliar tanto o jogo desenvolvido em si, como o projeto de maneira geral.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O jogo “Mulheres pelo Mundo” foi postado ao longo de uma semana: cada dia da semana útil um dos cinco continentes era postado. Foram 30 perguntas ao total sobre 21 mulheres diferentes. A pergunta com maior número de respondentes teve 50 respostas; a com menor número teve oito respostas, mas a média geral foi de dezesseis respostas. Isso mostra o engajamento médio de cerca de 5% dos seguidores do perfil da conta do projeto no jogo. Acredita-se que o engajamento poderia ser maior se o jogo ficasse mais tempo disponível do que as 24 horas disponibilizadas pelo “Stories”.

Observou-se um aumento gradativo de interações à medida que as postagens foram feitas. As últimas perguntas foram as que engajaram mais participantes. Uma hipótese explicativa para isso é que, ao longo das postagens, os participantes entenderam melhor a proposta e se sentiram mais estimulados a participar. Outra hipótese é o fato de as últimas publicações se aproximarem mais ao final da semana (as métricas do perfil disponibilizadas pelo próprio aplicativo do Instagram mostram que os seguidores da conta interagem mais no final da semana).



Após a publicação do quizz, realizou-se também através da ferramenta “enquete” dos “Stories” do Instagram um questionário avaliativo com dez perguntas: cinco sobre o objetivo geral do projeto no primeiro ano e cinco sobre o jogo “Mulheres pelo Mundo”. Foram convidados a participar todos os usuários seguidores do perfil do projeto, não se fazendo distinção entre quem participou do “Mulheres pelo Mundo” ou não. Coube ao seguidor decidir se ele responderia todo o questionário de avaliação ou só algumas perguntas da “enquete”.

O questionário avaliativo teve entre 25 e 37 respostas (dependendo da questão). Ao contrário do jogo, observou-se que o engajamento no questionário diminuiu conforme as perguntas eram apresentadas: as perguntas sobre o objetivo geral do projeto engajaram cerca de 10% dos seguidores; já as sobre o jogo tiveram engajamento de 8% dos seguidores. Essa diferença pode estar relacionada com o fato de nem todos os seguidores terem jogado o “Mulheres pelo Mundo” – tendo em vista que ele fica disponível no Instagram por apenas 24 horas.

A maioria das pessoas que avaliou o projeto, 86%, julgou que o objetivo proposto por ele foi plenamente cumprido; 88% julgou a temática abordada importante e 78% indicou que projetos desta natureza estimulam meninas e mulheres a ingressarem na área de tecnologia.

Já em relação ao jogo, 82% dos respondentes avaliaram-no como muito bom; 100% julgaram ter aprendido informações interessantes com ele e também que usar jogos facilitou a disseminação de mulheres e suas conquistas; e, por fim, 68% dos respondentes se inspirou a se tornar um grande profissional na sua respectiva área.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O isolamento social causado pela pandemia limitou o planejamento inicial do projeto e demandou um replanejamento emergencial. Além dos usos já correntes como forma de interação pessoal e ferramenta para negócios, a rede social Instagram se mostrou uma aliada muito valiosa para a área de educação: faz parte do cotidiano de muitas pessoas, principalmente de meninas jovens,



facilitando o alcance ao público do projeto; consegue atingir um número de pessoas muito grande simultaneamente; apresenta várias ferramentas menos formais, que estimula o engajamento dos participantes; é gratuita e tem interface amigável ao usuário; e apresenta métricas disponibilizadas pelo próprio aplicativo.

Apesar de sua valia, a rede social Instagram é própria para Android, limitando seu uso em computadores, e a ferramenta escolhida fica disponível por um tempo muito curto, diminuindo o impacto que o jogo poderia alcançar a longo prazo. Por isso, o intuito da pesquisa é disponibilizar o jogo em outros formatos digitais (além da conclusão da versão física do jogo com proposta semelhante), que fiquem disponíveis durante mais tempo para os usuários, bem como o questionário de avaliação dele.

REFERÊNCIAS

KATE PANKHURST. **Grandes Mulheres que Mudaram o Mundo**. São Paulo: V&R, 2018.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Plataforma Nilo Peçanha (PNP)**. Disponível em: <<http://portal.mec.gov.br/plataforma-nilo-pecanha>>. Acesso em: 3 mar. 2020.

PORTO DE SOUZA, D.; CARARO, A. **Extraordinárias: mulheres que revolucionaram o Brasil**. São Paulo: Seguinte, 2017.

POSTGRAIN. **Como funciona o algoritmo do Instagram e como usá-lo a seu favor**. Disponível em: <<https://postgrain.com/blog/algoritmo-instagram/>>. Acesso em: 8 ago. 2020.

RACHEL IGNOTOFSKY. **As Cientistas: 50 Mulheres que Mudaram o Mundo**. Tradução: Sonia Augusto. São Paulo: Blucher, 2017.

THOMÉ, D. **50 brasileiras incríveis para conhecer antes de crescer**. Rio de Janeiro, RJ: Galera, 2018.