

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS BIOLÓGICAS  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**JÚLIA RAMOS DE LIMA**

**USO DE REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTAS DE DIVULGAÇÃO  
CIENTÍFICA**

**VOLTA REDONDA**

**2017**

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA  
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA  
CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS BIOLÓGICAS  
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

**USO DE REDES SOCIAIS COMO FERRAMENTAS DE DIVULGAÇÃO  
CIENTÍFICA**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Biológicas do UniFOA como requisito à obtenção do título de Licenciando em Biologia

Aluna: Júlia Ramos de Lima

Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Rocha Barbosa

**VOLTA REDONDA**

**2017**

## FICHA CATALOGRÁFICA

Bibliotecária: Alice Tação Wagner - CRB 7/RJ 4316

L732u Lima, Júlia Ramos de.

Uso de redes sociais como ferramentas de divulgação científica. /  
Júlia Ramos de Lima. – Volta Redonda: UniFOA, 2017.

18 p. II.

Orientador(a): Dr. Rodrigo Rocha Barbosa

Monografia (TCC) – UniFOA / Curso de Ciências Biológicas -  
Licenciatura, 2017.

## FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado:

“USO DE MÍDIAS SOCIAIS COMO FERRAMENTAS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA.”

Elaborado por JÚLIA RAMOS DE LIMA, apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do Curso de Ciências Biológicas, modalidade Licenciatura.

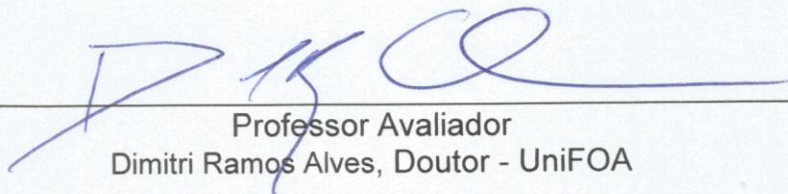
Aprovado em 11 de outubro de 2017.

Banca Avaliadora:



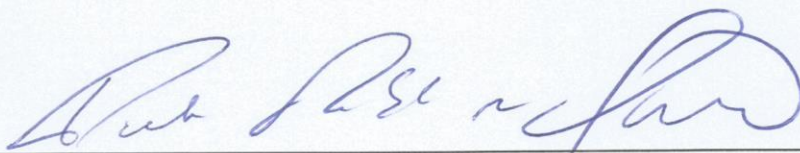
---

Professor Orientador  
Rodrigo Rocha Barbosa, Doutor - UniFOA



---

Professor Avaliador  
Dimitri Ramos Alves, Doutor - UniFOA



---

Professor Avaliador  
Paulo Roberto de Amoretty, Doutor - UniFOA

À Deus, à minha família e aos meus amigos (novos e antigos).

“O primeiro dever do homem de ciência é a comunicação; só é ciência, a ciência transmissível.”

Leonardo da Vinci (Século XV)

Agradeço à Deus e à minha família, por sempre estarem ao meu lado e por me oferecerem oportunidades maravilhosas. Agradeço também ao meu orientador, pela paciência infinita.

## SUMÁRIO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUÇÃO.....</b>  | <b>12</b> |
| <b>2. METODOLOGIA.....</b>   | <b>13</b> |
| <b>3. RESULTADOS E DISCUSSÃO.....</b>                                  | <b>14</b> |
| <b>4. Formato, Linguagem e Público.....</b>                            | <b>14</b> |
| <b>5. Redes Sociais, Mídias Sociais e Estatísticas.....</b>            | <b>14</b> |
| <b>6. Redes e Mídias Sociais como Ferramentas para Divulgação.....</b> | <b>16</b> |
| <b>7. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>                                    | <b>17</b> |
| <b>8. REFERÊNCIAS.....</b>   | <b>18</b> |
| <b>9. ANEXO.....</b>   | <b>22</b> |

## **LISTA DE TABELAS**

**Tabela 1 – Principais redes/mídias sociais usadas e suas características..... 14**

## **Uso de redes sociais como ferramentas de divulgação científica**

*The use of social networks as tools for scientific diffusion*

Jília Ramos de Lima

UniFOA – Centro Universitário de Volta Redonda

juliaramos.rl@gmail.com

Rodrigo Rocha Barbosa – Doutorado em Biologia Animal

UniFOA – Centro Universitário de Volta Redonda

**Resumo**

A divulgação científica pode ser definida como veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações, com o objetivo de atingir um público leigo utilizando diferentes recursos, técnicas, processos, veículos e canais. Para alcançar esse público é necessário a criação de estratégias baseadas na decodificação das descobertas científicas, levando em conta que - de forma geral - o público leigo não é alfabetizado cientificamente e sente dificuldade para estabelecer uma relação com a sua realidade, isso gera uma necessidade de adaptação do discurso especializado e utilização de recursos como metáforas, ilustrações, infográficos. Apesar de ser tratada como um advento moderno, a disseminação do conhecimento científico tem sua origem com a própria ciência moderna e tem se expandido ao longo dos séculos com os avanços obtidos pelas tecnologias da comunicação. Ainda assim, nenhum invento teve o impacto da internet (um sistema em permanente evolução, que oferece um acesso mais simples para o cidadão e que reúne um acervo virtual de museus, livros, revistas, enciclopédias, cursos, filmes, sites e inúmeras novas formas de comunicar).

**Palavras-chave:** divulgação científica; mídias sociais; linguagem.

**Abstract**

Scientific diffusion can be defined as the dissemination of scientific, technologic or innovation associated information, aiming an uneducated audience, using different resources, techniques, process and channels. In order to achieve this audience is necessary to create a decodification based strategy having in mind that this audience is not scientifically literate and have difficulties to establish connections with their realities, creating a need of adaptation from specialized speech and the use of metaphors, illustrations and infographics. Despite being treated as a modern creation, it is known that the scientific knowledge dissemination was born at the same time modern science did and have been expanding through the centuries along the advances in communication technology. Even though, no invention has the appeal of internet (a system constantly evolving, able to offer a simpler access to the common citizen and that gather a virtual collection of museums, books, magazines, encyclopedias, courses, movies, websites and countless ways of communication).

**Key-words:** scientific diffusion; social media; science education.

## 1. INTRODUÇÃO

A educação em ciências é uma prática social que vem sendo cada vez mais ampliada e desenvolvida em espaços não formais de educação, contando com os mais variados meios para divulgar e comunicar conceitos básicos e novas descobertas (MARANDINO, *et. al.*, 2003). Fontanella; Meghioratti (2013) ressaltam que, justamente pelo fácil acesso à informação, existe um processo de massificação que torna necessário um letramento científico a fim de aproximar o discurso científico do discurso popular, auxiliar o processo de ensino/aprendizagem e o desenvolvimento de um olhar crítico sobre os mesmos.

Bueno (2009; 2010) define Divulgação Científica como a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações que pretende atingir um público leigo, utilizando diferentes recursos, técnicas, processos, veículos e canais. A importância da divulgação científica está no fato dela funcionar como uma ponte, mantendo o fluxo entre comunidade científica e sociedade (MAGALHÃES, 2015). Atualmente esse fluxo se mantém a partir de uma linguagem reestruturada e de uma veiculação em todas as esferas da comunicação (FILHO, 2007; FONTANELLA; MEGLHIORATI, 2013).

Apesar de ser tratada como um tema recente, a divulgação científica surgiu junto com a própria ciência moderna e ocorreu concomitantemente com a invenção da imprensa (ZIMAN, 1981; BURKETT, 1990; MOREIRA; MASSARANI, 2002; TOMÁS, 2005; CALVO; HERNANDO, 2006). Acredita-se que a redação e a divulgação científica tiveram sua origem no início do século XVI, quando alguns cientistas começaram a fazer reuniões, dando início às primeiras Academias e aos primeiros periódicos e revistas científicas (BUCKET, 1990; ZIMAN, 1981; MUELLER; CARIBÉ, 2010).

Durante o século XIX (considerado o século da ciência e da educação), as transformações políticas, econômicas e sociais, levaram ao avanço de novas técnicas de impressão, o que, somado à alfabetização de uma grande parcela da população em quase toda a Europa, criou condições favoráveis para a divulgação da ciência e permitiu que temas de interesse da sociedade fossem discutidos sob uma ótica científica (BURKE, 2003; MUELLER; CARIBÉ, 2010). Panza; Presas (2002), ressaltam ainda que, como resultado dessa divulgação ocorrida, expressões relacionadas com a ciência se incorporam à cultura cotidiana.

Já no século XX, com os avanços do jornalismo, a informação científica passou a ser incluída nos jornais (primeiro por cientistas e, posteriormente, pelos próprios jornalista). Além disso, o rádio e o cinema se tornaram ferramentas importantes para atingir públicos mais abrangentes. Nessa fase pós-guerra, o avanço científico atingiu patamares sem precedentes na história da ciência e demonstrou o quanto a percepção e apoio público e governamental influenciam no investimento e na disseminação do conhecimento científico (MASSARANI; MOREIRA, 2004).

Apesar dessa expansão, Massarani; Moreira (2004) apontam que nenhum invento teve o impacto da internet, um sistema em permanente evolução e que oferece um acesso mais simples para o cidadão ao reunir um acervo virtual de museus, livros, revistas, enciclopédias, cursos, filmes, sites e inúmeras novas formas de comunicar. Atualmente, com a emergência e popularização de tecnologias digitais, a internet tem sido responsável por expandir formas e ferramentas comunicacionais da sociedade contemporânea (ARAÚJO; PANERAI, 2012).

Considerando a importância da comunicação e da divulgação científica, as diferentes características dos canais e veículos utilizados e o constante crescimento da internet e das redes e mídias sociais o presente artigo possui os seguintes objetivos:

- Fazer um levantamento das diferentes abordagens da divulgação científica abordando o perfil do público alvo e o nível de discurso;
- Perceber o papel e a importância que a comunicação online representa na estratégia de divulgação científica;
- Desenvolver uma estratégia para a divulgação de conteúdos científicos.

## **2. METODOLOGIA**

Trata-se de um estudo com coleta de dados realizada a partir de levantamento bibliográfico em artigos, editoriais, livros, teses e dissertações nas bases de dados: CAPES periódicos, Scielo e Google Acadêmico.

Foram utilizados, para busca na literatura, as seguintes palavras-chave: 'divulgação científica', 'mídias sociais', 'mídias de comunicação em massa', 'comunicação de ciência', 'ferramentas de comunicação *online*' e 'jornalismo científico'.

Os critérios de inclusão definidos para a seleção dos artigos foram: artigos publicados em português, inglês e espanhol e artigos na íntegra que retratassem a temática referente à temática da divulgação científica.

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

#### **3.1. Formato, Linguagem e Público**

Magalhães (2015) reforça a importância de desenvolver uma estratégia baseada na decodificação das descobertas científicas de acordo com o tipo de público que se pretende alcançar. Por não reconhecer, de imediato, o caráter coletivo ou burocrático da produção da ciência, o público leigo tende a acreditar que cientistas e pesquisadores conseguem alcançar resultados de grande alcance em curtos períodos de tempo, e ignoram ‘a infraestrutura que lhe dá suporte e sem a qual elas se tornam cada vez mais inviável’ Bueno (2010).

Bueno (2010) destaca ainda que, pela falta de alfabetização científica, o público leigo sente dificuldade para acompanhar determinados temas ou assuntos, falhando em estabelecer uma relação com sua realidade. Assim existe uma necessidade de adaptação do discurso especializado, utilizando recursos como metáforas, ilustrações, infográficos, etc. Porém, Ferreira; Queiroz (2012) alertam para uma simplificação feita por alguém com pouco domínio dos procedimentos científicos, o que pode levar a uma distorção da mensagem.

Em um estudo sobre erratas em revistas de divulgação científica, Pedrosa; Santos (2012) oferecem exemplos dessas consequências. Ao analisar erratas das revistas *SuperInteressante*, os autores perceberam erros frequentes que não condizem com o papel de “instrumento pedagógico” a elas outorgado. Casos assim levantam a discussão sobre o perfil do divulgador da ciência. De um lado há quem defenda que o próprio cientista deva ser o responsável pela divulgação, de outro há um aumento nos cursos de formação de jornalistas científicos e mediadores/monitores para museus. De qualquer modo, parece haver um consenso sobre a importância do aprofundamento teórico sobre essa prática (MARANDINO *et. al.*, 2003).

#### **3.2. Redes Sociais, Mídias Sociais e Estatísticas**

Confunde-se muito redes sociais com mídias sociais, mas, enquanto as primeiras são formadas por pessoas e/ou organizações que partilham valores e

objetivos comuns, as últimas são o meio que a rede social utiliza para facilitar a comunicação entre os usuários, inteirando-os do conteúdo gerado por eles mesmos, através de mensagens instantâneas, textos, compartilhamento de vídeos, áudios e imagens (CIRIBELI; PAIVA, 2011).

Em janeiro, a 'We are Social' (2017), uma empresa especializada em fornecer análise de mercado online, em conjunto com a 'HootSuite' - uma plataforma que permite gerenciar contas em diferentes redes sociais - publicaram um relatório sobre o uso das redes e mídias sociais no ano de 2016. Segundo o relatório, apenas no Brasil:

- 139,1 milhões de pessoas (aproximadamente 66% da população) tem acesso à internet, sendo que 122 milhões são usuários ativos nas mídias sociais;
- A média de tempo gasto na internet é de 8h56m em computadores ou tablets e 3h56m em celulares, sendo que 3h43m são gastas em redes sociais em qualquer dispositivo;
- 90% dos usuários da internet utilizam a internet todos os dias, sendo que:
  - 63% assistem vídeos no Youtube;
  - 62% tem uma conta no Facebook
  - 53% utilizam o Whatsapp;
  - 40% tem uma conta no Instagram;
  - 36% tem uma conta no Twitter.

| <b>Rede/Mídia Social</b> | <b>Características</b>   |
|--------------------------|--|
| Youtube                  | <p>Plataforma que disponibiliza filmes, documentários, videoclipes musicais e vídeos caseiros, além de transmissões ao vivo de eventos</p> <p>Os vídeos estão disponíveis em canais criados pelos usuários para qualquer pessoa que queira assistir</p> <p>Também é possível adicionar comentários sobre os vídeos</p> |
| Facebook                 | <p>Rede social que permite a criação de um perfil ou de uma Fan Page e interação entre os usuários através de trocas de mensagens instantâneas, compartilhamento de conteúdo (textos, vídeos e fotos) e 'curtidas' nas postagens de outros usuários</p> <p>Também é possível participar de grupos com interesses e</p> |

|           |   |
|-----------|---|
|           | necessidades em comum   |
| Whatsapp  | <p>Aplicativo para smartphones utilizado para troca de mensagens de texto de forma instantânea</p> <p>O aplicativo permite ‘conversas’ entre os contatos da agenda do celular, sem a necessidade de criar uma conta ou de ‘adicionar amigos’</p> <p>Também permite a criação de grupos de contatos, além de envio de fotos, vídeos, mensagens de voz, <i>emoticons</i></p>  |
| Instagram | <p>Rede social que permite o compartilhamento de fotos e de vídeos de até 60s, além da edição ferramentas de edição para o material compartilhado</p> <p>Ainda há a possibilidade de ‘curtir’ e compartilhar postagens de outros usuários, mandar mensagens diretas (individuais ou para um grupo) e de postar essas imagens e vídeos em outras redes sociais</p> <p>Também é possível utilizar hashtags (#), que permitem a pesquisa por imagens relacionadas a um mesmo tema, mesmo que tenham sido postadas por pessoas que não sejam ‘seguidas’ pelo usuário</p>                    |
| Twitter   | <p>Rede social que funciona como um microblog, permitindo que seus usuários escrevam e postem textos (conhecidos como <i>tweets</i>) sobre qualquer assunto utilizando até 140 caracteres, além de imagens e vídeos</p> <p>Os textos podem ser enviados a partir de mensagens sms, pelo website da rede social ou pelo aplicativo desenvolvido para smartphones e tablets</p> <p>Disponibiliza a utilização de hashtags, e uma lista em tempo real das hashtags mais utilizadas chamada de <i>trending topics</i> (ou TT), funcionando como um ranking dos assuntos mais discutidos</p> |
| Blogs     | Sítio eletrônico que permite o compartilhamento de informações organizadas e atualizadas através de artigos, postagens ou publicações   |

Tabela 1 – Principais redes/mídias sociais usadas e suas características

### 3.3. Redes e Mídias Sociais como Ferramenta para Divulgação

A internet disponibiliza ferramentas específicas para a comunicação que tem como característica principal a rapidez e instantaneidade de comunicação. Aqui daremos ênfase para as redes e mídias sociais, cuja importância vai além do

intercâmbio de informações ou da criação de relações sociais, pois permite uma redução significativa no investimento do contato entre pessoas e instituições, assumindo cada vez mais um papel central na comunicação (MAGALHÃES, 2015).

Pessoni; Akerman (2014) apontam os diferentes pontos de vista entre discentes e docentes sobre o uso da tecnologia em sala de aula. De modo geral, os docentes – por ainda estarem migrando para as ferramentas digitais – entendem que há uma certa perda de qualidade na formação dos alunos e, por isso, encaram o uso das mídias sociais com um certo cuidado. Os alunos, por sua vez, apesar de apresentarem um menor poder de atenção, demonstraram uma visão multitarefa do aprendizado, trabalhando com maior facilidade.

Nogueira; Gonçalves (2014) por outro lado, reconhecem o apelo das tecnologias atuais para as gerações mais jovens e defendem o uso do Youtube para aumentar o interesse pela ciência através da produção de vídeos, ampliando assim o conhecimento na sociedade contemporânea. Os vídeos de divulgação científica se tornariam então uma estratégia capaz de convocar os alunos para discutir temas científicos dentro do contexto das aulas. Outros autores concordam com essa perspectiva. Lordêlo; Porto (2011), ao reafirmar a interatividade e a massividade da internet incentivam a difusão do conhecimento através das mídias sociais – enfatizando a relação estreita entre ciência, tecnologia e inovação. E Alves (2011), em um estudo sobre a informação na ‘Twitosfera’, destaca a possibilidade de acessar e recuperar dados e informações valiosas de maneira rápida em um tempo real, viabilizando a troca de experiências com pessoas de várias esferas sociais, culturais e nacionais. Alves (2011) ainda conclui sugerindo que outras plataformas podem ser usadas para estimular o acesso à informação de diversos campos do conhecimento.

#### **4. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A divulgação científica aproxima a comunidade científica e a sociedade, permitindo que as descobertas que podem beneficiar os cidadãos sejam disseminadas. É importante frisar que para ser bem-feita, deve haver uma adequação da linguagem utilizada, tomando os devidos cuidados para que a mensagem não seja afetada. Além disso é necessário um letramento científico que permita o desenvolvimento de uma visão crítica sobre as informações disseminadas.

Com a expansão da internet e a crescente popularização das mídias sociais é possível explorar o caráter interativo e massificador dos mesmos como ferramentas na disseminação do conhecimento. Considerando os resultados das pesquisas sobre o uso das redes e mídias sociais no ano de 2016, sugerimos aqui a utilização do Youtube como ferramenta de disseminação científica a partir da criação de um canal que disponibilize vídeos curtos (de 3 a 5 minutos) que tratem sobre os aspectos mais relevantes sobre assuntos como educação ambiental, saúde, descobertas científicas e sustentabilidade – sempre aplicados à problemas do cotidiano – aliado à criação de um website que contenha material bibliográfico, permitindo o aprofundamento dos temas levantados e que forneça fontes complementares sobre os temas abordados nos vídeos. Além disso, sugerimos a utilização de redes sociais como Facebook, Instagram e Twitter, devido a sua popularidade, para divulgar os vídeos e o site.

## 5. REFERÊNCIAS

- ALVES, C. D. Informação na twitosfera. **RDBCI**, Campinas, v. 9, n. 1, p. 92-105, jul./dez. 2011
- ARAÚJO, R.; PANERAI, T. Relato de Experiência de Blended Learning: o Moodle e o Facebook como ambientes de extensão da sala de aula presencial. 2012. Trabalho apresentado ao XVIII WIE - Congresso Brasileiro de Informática na Educação, Rio de Janeiro, 2012
- BUENO; W. C. Jornalismo Científico no Brasil: os desafios de uma longa trajetória. **SciELO Books**, Salvador, p. 112-125. 2009
- BUENO, W. C. Comunicação Científica e Divulgação Científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, p. 1-12. 2010
- BURKE, P. Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- BURKETT, W. Jornalismo científico: como escrever sobre ciência, medicina e alta tecnologia para os meios de comunicação. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1990.
- CALVO HERNANDO, M. Conceptos sobre difusión, divulgación, periodismo y comunicación. 2006. 3 p. Disponível em: <<http://www.manuelcalvohernando.es/articulo.php?id=8>>. Acesso em: 10 set. 2010.

- CIRIBELI, J. P.; PAIVA, V. H. P. Redes e mídias sociais na internet: realidades e perspectivas de um mundo conectado. **Mediação**, Belo Horizonte, v. 13, p. 1-12. 2011
- FERREIRA, L. N. A.; QUEIROZ, S. L. Textos de Divulgação Científica no Ensino de Ciências: uma revisão. **Alexandria: Revista de Educação em Ciências e Tecnologia**, Santa Catarina, v. 5, n. 1, p. 3-31, maio. 2012
- FILHO, C. B. A divulgação Científica na Mídia Impressa: as ciências biológicas em foco. **Ciência & Educação**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 351-368. 2007
- FONTANELLA, D.; MEGLHIORATTI, F. A. A divulgação Científica e o Ensino de Ciências: análise das pesquisas. 2013. Trabalho apresentado ao VIII EPCC, Paraná, 2013
- Kemp, S. Digital in 2017 Global Overview: a collection of internet, social media and mobile from around the world. Disponível em: <<https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>> Acessado em: 03 nov. 2017
- LORDÊLO, F. S.; PORTO, Cristiane de Magalhães. A Internet como Ferramenta de Divulgação Científica sobre Energias Renováveis. **UNICIÊNCIAS**, Cuiabá, v. 15, n. 1, p. 313-332. 2011
- MAGALHÃES, R. A Comunicação Estratégica Aplicada à Divulgação da Ciência. O caso do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. **Observatório (OBS\*)**, v. 9, n. 4, p. 51-84. 2015
- MARANDINO, M. *et. al.* A Educação não Formal e a Divulgação Científica: o que pensa quem faz? 2003. Trabalho apresentado ao IV ENPEC, Bauru, 2003
- MASSARANI, L.; MOREIRA, I. C. Divulgación de la Ciencia: perspectivas históricas y dilemas permanentes. **Quark**, Barcelona, n. 32, p. 30-35, abr./jun. 2004
- MOREIRA, I. C. M.; MASSARANI, L. Aspectos Históricos da Divulgação Científica no Brasil. In: **Ciência & Público: caminhos da divulgação científica no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência, 2002 p. 43-64
- MUELLER, S. P.M; CARIBÉ, R. C. V. Comunicação Científica para o público leigo: um breve histórico. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, p. 13-30. 2010
- NOGUEIRA, F. M.; GONÇALVES, C. B. Neurociência: vídeo de divulgação científica como estímulo para aprendizagem. 2014. Trabalho apresentado ao IV SECAM, Manaus, 2014
- PANZA, M.; PRESAS, A. La divulgación de la ciencia en el siglo XIX: la obra de Flammarion. **Quark**, Barcelona, n. 26, out./dez. 2002

PEDROSA, C. E. F.; SANTOS, P. S. S. Análise Crítica do Discurso e Mídia: estudo das erratas em revistas de divulgação científica e sua (não) aplicabilidade em sala de aula. **Revista do GELNE**, Natal, v. 14, p.195-213. 2012

PESSONI, A.; AKERMAN, M. O Uso das Mídias Sociais para Fins de Ensino e Aprendizagem: estado da arte das pesquisas do tipo survey. **ECCOM**, Lorena, v. 5, n. 10, jun./dez. 2014

TOMÁS, J. P. De los libros de secretos a los manuales de la salud: cuatro siglos de popularización de la ciencia. **Quark**, Barcelona, n. 37-38, sep. 2005 - abr. 2006.

ZIMAN, J. A força do conhecimento. Belo Horizonte: Itatiaia, 1981.

## INSTRUÇÕES PARA AUTORES

**CADERNOS UniFOA**

ISSN VERSÃO ON LINE: 1982-1816

ISSN VERSÃO IMPRESSA: 1809-9475

## **INSTRUÇÕES PARA AUTORES**

**Cadernos UniFOA** é uma publicação quadrimestral cujo objetivo é publicar prioritariamente pesquisas originais e contribuições de caráter descritivo e interpretativo, baseadas na literatura recente, bem como artigos sobre temas atuais ou emergentes e comunicações breves sobre temas relevantes e inéditos desenvolvidos em nível de Graduação, e Pós-graduação *Lato e Stricto Sensu*.

**Seleção de artigos:** na seleção de artigos para publicação, avaliam-se a originalidade, a relevância do tema e a qualidade da metodologia utilizada, além da adequação às normas editoriais adotadas pelo periódico.

**Revisão por pareceristas:** os manuscritos serão analisados por, no mínimo, dois consultores, resguardado o anonimato dos autores. A aprovação do trabalho, pela Comissão Editorial, será baseada no conteúdo científico, respaldado pelos pareceres dos consultores e no atendimento às normas. Alterações substanciais poderão ser solicitadas aos autores, mediante a devolução dos arquivos originais acompanhados das sugestões.

**Ineditismo do material:** o conteúdo do material enviado para publicação na Revista Cadernos UniFOA não pode ter sido publicado anteriormente, nem submetido para publicação em outros locais. Para serem publicados em outros locais, ainda que parcialmente, necessitam aprovação por escrito dos Editores. Os conceitos e declarações contidos nos trabalhos são de total responsabilidade dos autores.

**Direitos Autorais:** ao encaminhar um original à revista, os autores devem estar cientes de que, se aprovado para publicação, os direitos autorais do artigo, incluindo os de reprodução em todas as mídias e formatos, deverão ser concedidos exclusivamente para a Revista Cadernos UniFOA, através de formulário próprio preenchido durante o Passo 1 do processo de submissão.

**Serão aceitos trabalhos para as seguintes seções:**

(1) **Revisão** - revisão crítica da literatura sobre temas relevantes (máximo de 8 laudas); (2) **Artigos** - resultado de pesquisa de natureza empírica, experimental ou conceitual (máximo de máximo de 15 laudas); (3) **Notas** - nota prévia, relatando resultados parciais ou preliminares de pesquisa (máximo de máximo de 3 laudas); (4) **Resenhas** - resenha crítica de livros científicos, publicado nos últimos dois anos (máximo de máximo de 1 lauda); (5) **Cartas** - crítica a artigo publicado em fascículo anterior do Cadernos UniFOA (máximo de 1 lauda).

**O limite máximo de laudas refere-se ao texto e às referências bibliográficas (folha de rosto, resumos e ilustrações).**

**Obs.: Trabalhos em formato de TCC ou Monografia não serão aceitos.**

**Apresentação do Texto:**

Serão aceitas contribuições em português ou inglês. O original deve ser submetido eletronicamente, fonte Arial ou Times New Roman, tamanho 12, folha A4 com as seguintes margens: superior e esquerda (3 cm); inferior e direita (2 cm). Para entrelinhas, deve-se aplicar espaçamento de 1,5 cm. Deve ser enviado com uma página de rosto, onde constarão: título completo (no idioma original e em inglês), nome(s) do(s) autor(es) e sua(s) respectiva(s) instituição(ões) por extenso, com endereço completo apenas do autor responsável pela correspondência.

**Ilustrações:** as figuras deverão ser enviadas em alta qualidade, coloridas e/ou diferentes tons de cinza e/ou hachuras. É necessário o envio dos gráficos, separadamente, no formato do programa em que foram gerados (Excel etc.), acompanhados de seus parâmetros quantitativos, em forma de tabela

e com nome de todas as variáveis. O número de tabelas e/ou figuras deverá ser mantido ao mínimo (máximo de 7 tabelas e/ou figuras). Por questões de custo, não é possível garantir, à priori, a impressão da revista com imagens coloridas.

**Resumos:** Com exceção das contribuições enviadas à seção Resenha, todos os artigos submetidos em português deverão ter resumo na língua principal e em inglês. Os artigos submetidos em inglês deverão vir acompanhados de resumo em português, além do abstract em inglês. Os resumos não deverão exceder o limite de 1.500 caracteres (com espaços), ou 260 palavras, não deverão conter citações, parágrafos ou tópicos e deverão ser acompanhados de 3 a 5 palavras-chave, em português e inglês.

**Nomenclatura:** devem ser observadas rigidamente as regras de nomenclatura zoológica e botânica, assim como abreviaturas e convenções adotadas nas disciplinas especializadas.

**Pesquisas envolvendo seres humanos:** Artigos que apresentem resultados de pesquisas envolvendo seres humanos deverão estar de acordo com as normas e diretrizes regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos, aprovadas pela Comissão Nacional de Ética em Pesquisa - CONEP. A demonstração desta adequação, incluindo apresentação do número do CAAE (**Certificado de Apresentação para Apreciação Ética**) deverá constituir o último parágrafo da seção Metodologia do artigo. Em caso de dúvida e em não havendo Comitê especializado na IES de origem, o(s) autor(res) pode(m) entrar em contato com [coeps@foa.org.br](mailto:coeps@foa.org.br) (Comitê de Ética em Pesquisa em Seres Humanos) para mais esclarecimentos.

**Pesquisa envolvendo animais:** Artigos que apresentem resultados de pesquisas envolvendo animais deverão anexar cópia do Certificado de aprovação do projeto da pesquisa que originou o artigo, expedido pelo CEUA (Comitê de Ética no Uso de Animais) de sua Instituição, em atendimento à Lei 11794/2008.

**Agradecimentos** - Contribuições de pessoas que prestaram colaboração intelectual ao trabalho como assessoria científica, revisão crítica da pesquisa, coleta de dados entre outras, mas que não preencham os requisitos para participar de autoria deve constar dos "Agradecimentos", desde que haja permissão dos nomeados. Também podem constar desta parte agradecimentos a instituições pelo apoio econômico, material ou outros.

**Referências:** as referências devem ser identificadas indicando-se autor(es), ano de publicação e número de página, quando for o caso.

Todas as referências devem ser apresentadas de modo correto e completo. A veracidade das informações contidas na lista de referências é de responsabilidade do(s) autor(es) e devem seguir o estabelecido pela Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT).

**Obs.: Apenas as obras citadas no corpo do texto devem aparecer nas referências.**

**Nota:**

- Artigos que não estejam rigorosamente dentro das normas acima serão automaticamente rejeitados.
- Após o parecer dos avaliadores, o(s) autor(es) terão 15 dias corridos para efetuar as alterações, sugestões ou correções. O não cumprimento do prazo implicará no arquivamento automático do manuscrito.
- Recomenda-se que os autores consultem um artigo recentemente publicado na Revista Cadernos UniFOA para verificar os detalhes de formatação.

**Envio de manuscritos:**

Os artigos devem ser submetidos através do sistema de avaliação da revista, disponível em [www.unifoa.edu.br/cadernos/ojs](http://www.unifoa.edu.br/cadernos/ojs). O autor principal deve se cadastrar e submeter o trabalho, informando durante a submissão, sob sua responsabilidade, os dados completos de todos os coautores envolvidos no trabalho.