



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS**  
**DEPARTAMENTO DE BIOLOGIA**  
**CURSO DE CIÊNCIAS BIOLÓGICAS**

**GERUSA DE FREITAS SOUSA DUARTE**

**GOSTOU DESSE POST? A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NO INSTAGRAM: UM  
ESTUDO DE CASO DO PERFIL @LABPLANCTON\_UFC**

**FORTALEZA**

**2022**

GERUSA DE FREITAS SOUSA DUARTE

GOSTOU DESSE POST? A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NO INSTAGRAM: UM  
ESTUDO DE CASO DO PERFIL @LABPLANCTON\_UFC

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Ciências Biológicas do Departamento  
de Biologia da Universidade Federal do Ceará,  
como requisito parcial para obtenção do título  
de Licenciada em Ciências Biológicas.

Orientador: Prof. Dr. Christiano Franco Verola

FORTALEZA

2022

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação  
Universidade Federal do Ceará  
Biblioteca Universitária  
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

---

D872g Duarte, Gerusa de Freitas Sousa.  
Gostou desse post? A divulgação científica no Instagram : um estudo de caso do perfil @labplancton\_ufc / Gerusa de Freitas Sousa Duarte. – 2022.  
44 f. : il. color.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Ciências, Curso de Ciências Biológicas, Fortaleza, 2022.  
Orientação: Prof. Dr. Christiano Franco Verola.

1. Divulgação Científica. 2. Redes Sociais. 3. Instagram. I. Título.

CDD 570

---

GERUSA DE FREITAS SOUSA DUARTE

GOSTOU DESSE POST? A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NO INSTAGRAM: UM  
ESTUDO DE CASO DO PERFIL @LABPLANCTON\_UFC

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao  
Curso de Ciências Biológicas do Departamento  
de Biologia da Universidade Federal do Ceará,  
como requisito parcial para obtenção do título  
de Licenciada em Ciências Biológicas.

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Christiano Franco Verola (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profª. Dra. Erika Freitas Mota  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Dra. Hortência de Sousa Barroso  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

## AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, minha fé nele me fez firme até aqui.

À minha mãe Lucia Flávia, minha maior motivação para não desistir, que mesmo não entendendo muito bem as coisas que eu estudo, sempre acreditou em mim e na minha capacidade e nunca me deixou desistir em meio a tantas dificuldades. Obrigada ao meu pai Gerardo que também sempre incentivou meus estudos e minha independência.

Ao meu namorado Caio que nessa caminhada foi essencial me dando todo o apoio necessário. Fez-me continuar, sustentou-me e me confortou em meio a tantas crises de choro e me ajudou nos meus trabalhos acadêmicos, inclusive neste.

Aos meus amigos de curso, Sandro Ferreira, Maria Isabela e Letícia Sousa que fizeram o processo mais leve e divertido. Levo vocês para minha vida.

Aos meus amigos Ana Paula, Raniel Moreno, Letícia Sena e Johnnie Brian que também foram muito importantes nessa trajetória pelo companheirismo, piadas e por contar com vocês para compartilhar as alegrias e frustrações da vida acadêmica e profissional.

Aos meus filhos felinos, Marvin e Haru, que me confortaram e me trouxeram alegria em todos os momentos.

A todos do Laboratório de Plâncton que me ajudaram e me incentivaram bastante, especialmente, a Hortência, que me ajudou e orientou sempre que eu precisei.

À Universidade Estadual do Ceará (UECE) e Universidade Federal do Ceará (UFC) e a todos os professores que foram essenciais na minha formação.

Ao meu orientador por ter me aceitado de braços abertos e pela paciência comigo.

Sem vocês, eu não teria conseguido.

“Educação não transforma o mundo. Educação muda as pessoas. Pessoas transformam o mundo.” — Paulo Freire

## RESUMO

A ciência possui a tendência a se afastar do domínio público, restringindo-se a uma pequena parcela da população, não chegando ao público em geral. Assim, a divulgação científica possui papel fundamental, já que tem como objetivo democratizar a ciência estabelecendo condições ideais para a alfabetização científica. As redes sociais online como o Instagram têm se mostrado grandes aliadas na divulgação científica, pois possuem um alto poder de comunicação e de interação, o que facilita o diálogo entre ciência e sociedade. Partindo da importância da utilização de redes sociais para divulgação científica, o objetivo deste trabalho foi caracterizar o perfil dos seguidores e sua interação com as publicações, bem como identificar as estratégias utilizadas em postagens com maior número de interações do @labplancton\_ufc a fim de compreender o que pode ter afetado seu sucesso junto ao público. A base de análise dos dados foi: o público do perfil (localização, gênero, faixa etária) e as métricas (*insights*) do conteúdo publicado, como alcance, curtidas, comentários e salvamentos. Dessa maneira, essa pesquisa caracteriza-se como quali-quantitativa, exploratória e um estudo de caso. De 80 postagens, foram sorteadas 24 (30%) para análise e então realizou-se uma análise descritiva a partir dos valores absolutos e relativos das métricas das publicações. E com base nesses dados selecionou-se as seis postagens que se destacaram em pelo menos quatro métricas com valores acima da média, ou seja, aquelas com maior número de interações. Estas seis foram analisadas quanto às estratégias utilizadas para a sua produção, como a temática, recursos audiovisuais, linguagem, organização e quantidade de informações (textos curtos/longos). Os resultados mostraram que a maioria do público do perfil está no Brasil (90,4%), na cidade de Fortaleza (35,3%), são do gênero feminino (58,9%), com idade entre 25 e 34 anos (36,4%). Além disso, as postagens conseguiram alcançar um número elevado de pessoas onde estas puderam ver e interagiram, principalmente através de curtidas, seguido de compartilhamentos, salvamentos e comentários. As postagens em vídeo no formato *Reels* se destacaram em todas as métricas, especialmente no alcance. Em curtidas, compartilhamentos e salvamentos tiveram destaque, principalmente, as postagens dentro da classificação “Notícia” e “Tema geral”. Conclui-se que a adoção de vídeos curtos e postagens com imagens e animações acompanhadas de textos concisos, que se relacionam ao cotidiano das pessoas, com uma linguagem simples e didática podem contribuir para uma divulgação científica eficaz no Instagram.

**Palavras-chave:** Divulgação Científica. Redes Sociais. Instagram.

## ABSTRACT

Science trend to move away from the public domain, restricted to a small portion of the population, and not reaching the general public. Thus, scientific dissemination has a fundamental role, as it aims to democratize science by establishing ideal conditions for scientific literacy. Online social networks such as Instagram have proved to be great allies in scientific dissemination, as they have a high power of communication and interaction, facilitating dialogue between science and society. Using social networks for scientific dissemination is very important, and based on it, this work objective was to characterize the profile of followers and their interaction with publications and identify the strategies used in posts with the highest interactions numbers from @labplancton\_ufc to understand what may have affected its success with the public. The data analysis base was the profile audience (location, gender, age group) and published content's metrics (insights), such as reach, likes, comments, and saves. Thus, this research was characterized as qualitative-quantitative, exploratory, and a case study. Of eighty posts, twenty-four (30%) have randomly selected for descriptive analysis based on the absolute and relative values of the publications metrics. Based on these data, the six posts that stood out in at least four metrics with above-average values were selected, those with the highest number of interactions. These six posts were analyzed concerning the strategies used for their production, such as the theme, audiovisual resources, language, organization, and amount of information (short/long texts). Results showed that most of the profile public is in Brazil (90.4%), in the city of Fortaleza (35.3%), they are female (58.9%), aged between 25 and 34 years (36.4%). In addition, the posts managed to reach a high number of people where they could see and interact, mainly through likes, followed by shares, saves, and comments. Video posts in the Reels format excelled across all metrics, especially reach. Instagram posts within the News and General Theme have highlighted likes, shares, and saves. In conclusion, short videos and posts with images and animations accompanied by succinct text with simple and didactic language, which relate to people's daily lives, can contribute to effective scientific dissemination on Instagram.

**Keywords:** Scientific divulgation. Social networks. Instagram.

## SUMÁRIO

1	<b>INTRODUÇÃO.....</b>	08
2	<b>DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA .....</b>	10
2.1	<b>Redes sociais e a divulgação científica.....</b>	14
2.2	<b>A divulgação científica no Instagram.....</b>	16
3	<b>METODOLOGIA .....</b>	18
3.1	<b>Tipologia da pesquisa.....</b>	18
3.2	<b>O perfil @labplancton_ufc.....</b>	18
3.3	<b>Organização das atividades.....</b>	19
3.4	<b>Coleta e análise dos dados.....</b>	20
4	<b>RESULTADOS .....</b>	23
4.1	<b>O público que acessa o perfil do labplancton_ufc.....</b>	23
4.2	<b>As postagens do perfil.....</b>	25
4.2.1	<b>Vamos conhecer o Ictioplâncton?.....</b>	25
4.2.2	<b>Microplástico: o que sabemos sobre um dos maiores poluentes dos mares? .....</b>	26
4.2.3	<b>O que é carbono azul?.....</b>	27
4.2.4	<b>Dia de planctólogo pelo PELD CSB: Trabalhando com ictioplâncton.....</b>	28
4.2.5	<b>Peixe-Leão é encontrado em água rasas no Nordeste.....</b>	29
4.2.6	<b>Da série corais moles: Conheçam as Gorgônias.....</b>	30
5	<b>DISCUSSÃO .....</b>	32
6	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	36
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	37
	<b>APÊNDICE A – QUADRO COM AS POSTAGENS .....</b>	43
	<b>APÊNDICE B – TABELA DE MÉTRICAS.....</b>	44

## 1 INTRODUÇÃO

A divulgação científica (DC) é definida por Bueno (2010) como uma atividade que busca informar sobre ciência e tecnologia ao público não especializado, utilizando várias técnicas, recursos, linguagens, formatos e meios de comunicação de modo a tornar o conhecimento compreensível e acessível. Dessa forma, contribui para educação científica, permitindo que os cidadãos tenham a capacidade de discutir assuntos que impactam de alguma forma suas vidas.

Segundo Valério e Bazzo (2006) nos anos 60 e 70, as preocupações com relação aos impactos ambientais, bem como a vinculação do desenvolvimento científico e tecnológico à guerra, fizeram com que a sociedade visse a ciência e a tecnologia com um olhar mais crítico. Assim, surgiu o movimento Ciência, Tecnologia e Sociedade (CTS) que levantou a necessidade de a sociedade participar das tomadas de decisões em relação ao desenvolvimento científico e tecnológico (BAZZO, 2010).

Assim, dentro dessa perspectiva, segundo Bueno (2009) e Chassot (2003), a divulgação científica exerce papel fundamental na construção de uma sociedade alfabetizada, consciente, capaz de refletir criticamente sobre assuntos e participar ativamente de discussões que venham a interferir na vida das pessoas, pois a DC reduz a distância entre a fonte e o público-alvo, promovendo aproximação e incentivando os debates sobre as relações entre ciência e sociedade, já que tem como objetivo democratizar os conhecimentos técnicos e acadêmicos, estabelecendo condições para a alfabetização científica de todos.

Segundo Chassot (2003, p. 94), a alfabetização científica é um “conjunto de conhecimentos que facilitariam aos homens e mulheres fazer uma leitura do mundo onde vivem”. Assim torna-se muito importante já que prepara os cidadãos para a tomada de decisões que envolvam aspectos da ciência e tecnologia (MAGALHÃES, 2012). Dessa maneira, para alcançar a alfabetização científica, uma das condições necessárias é a produção de informações científicas de fácil entendimento ao público não cientista (MENEGUSSE; SILVA; GOMES, 2022), ou seja, um processo de transposição didática o qual consiste na transformação do saber, partindo de um saber acadêmico que sofre um conjunto de transformações adaptativas que vão torná-lo um saber destinado ao ensino e aprendizagem (POLIDORO; STIGAR, 2010). Cada vez mais cientistas têm procurado tornar o conhecimento científico mais acessível, então, a DC, como campo de conhecimento e estratégia de ação, vem ganhando importância crescente no mundo (MANSUR *et al.*, 2021).

A DC se dá por diversos meios de comunicação, tais como televisão, rádio, jornais e a internet. Esta última se destaca, pois propõe um princípio de interação maior do que em outros meios (FRANÇA, 2015). “A potencial democratização do conhecimento técnico-científico proporcionada pelo universo digital representou um rompimento de barreiras e, atualmente, uma fonte de agilidade na transmissão de conteúdos da ciência” (NARVAS *et al.*, 2020, p. 2).

A internet possibilita o desenvolvimento de diversas ferramentas digitais. Dentre essas, destacam-se as redes sociais online que possuem um alto poder de comunicação e de interação que facilitam a socialização do conhecimento científico com a sociedade (GOMES, 2021). O acesso a esses ambientes virtuais permite que todos atuem como protagonistas na produção e disponibilização de informações (MENEGUSSE; SILVA; GOMES, 2022).

As redes sociais digitais como Facebook, Youtube, Twitter, Instagram e TikTok estão sendo utilizadas para compartilhar conhecimento em diversos campos, contribuindo e auxiliando nos processos de aprendizagem (COSTA, 2019). Assim, tornam-se excelentes ferramentas para divulgação científica devido ao potencial de entrega do conteúdo ao público-alvo (DIAS C.; DIAS F.; ANNA, 2020). Segundo Bueno (2010) e Marandino (2015), as mídias mais populares merecem atenção especial, pois promovem melhorias na socialização do conhecimento científico de forma crítica para a população.

Dentre as redes sociais supracitadas, o Instagram é uma rede social lançada em 2010 e que atualmente possui grande adesão do público, considerada um dos aplicativos mais utilizados no mundo (SOUZA; FIGUEIREDO, 2021). A plataforma consiste no compartilhamento de imagens e vídeos curtos, que foram reconhecidos como tendo um papel importante na comunicação eficaz, capturando a atenção do público (RUSSMANN; SVENSSON, 2016). Essa popularidade, facilidade de acesso e natureza visual tornam o Instagram uma plataforma ideal para comunicação e aprendizado de ciência (HEATHCOTE, 2021).

É importante ressaltar que a pandemia de COVID-19 impulsionou ainda mais o uso das redes sociais e da tecnologia de modo geral nos últimos anos e ampliou a quantidade de informações circulando na internet (VASCONCELOS, 2021), fazendo-as alcançar um número maior de pessoas e promovendo maior visibilidade aos temas abordados (SILVA T.; SILVA R.; CASTRO, 2021). Nesse contexto, cada vez mais instituições científicas e de caráter cultural têm aproveitado os recursos oferecidos pelas redes sociais online como o Instagram para promover ações que ampliem a visibilidade junto à sociedade (SILVA; RODRIGUES;

SANTANA, 2021).

Durante a pandemia, o laboratório de Plâncton da Universidade Federal no Ceará, no qual a autora dessa monografia faz parte como aluna de divulgação científica começou utilizar o Instagram através do perfil @labplancton\_ufc (que já tinha sido criada, porém, pouco utilizada) a fim de divulgar as atividades e pesquisas realizadas no laboratório e promover a divulgação científica principalmente em biologia aquática. Ao decorrer desse trabalho, nasceu um interesse pela divulgação científica tanto pela afinidade desta autora com a educação quanto por redes sociais na qual acessa diariamente. Logo, com base nas explicações anteriores, surgiram os seguintes questionamentos:

I-) Quais estratégias devem ser utilizadas para se fazer uma boa divulgação científica no Instagram? II-) Como é a interação do público com as publicações? III-) A maneira como a publicação é produzida afeta a interação com o público? IV-) Essas publicações atingem os estudantes de ensino fundamental e médio?

Dessa forma, o presente trabalho teve como objetivo caracterizar o perfil dos seguidores e sua interação com as publicações, bem como identificar as estratégias utilizadas nas postagens de divulgação científica com maior número de interações a fim de saber o que pode ter afetado seu sucesso junto ao público utilizando o perfil @labplâncton\_ufc do laboratório de Plâncton da Universidade Federal do Ceará (UFC) como fonte de dados. A base de análise dos dados foi: o público do perfil (localização, gênero, faixa etária) e os *insights* do conteúdo publicado, como alcance, curtidas, comentários e salvamentos.

## 2 DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

A divulgação científica (DC) é definida por Bueno (1985) como um processo de “tradução” de uma linguagem especializada para uma mais simplificada com o objetivo de tornar as informações mais acessíveis a uma vasta audiência, uma tentativa de cientistas, jornalistas e divulgadores científicos de fornecer à sociedade uma descrição de fácil entendimento da ciência, esclarecer questões técnicas e científicas de interesse geral direcionadas ao cidadão comum. Essas pessoas são aquelas não cientistas, gente que tem interesse em aprender e gosta de acumular conhecimentos em geral (PINCELII, 2018). Na visão de Massarani (1998), a divulgação científica busca utilizar uma linguagem mais fácil e acessível, embora sem prejuízo das correções das informações — em oposição a uma linguagem técnica, pouco compreensível e às fórmulas frequentes na linguagem científica em geral

restritas aos especialistas de determinada área de pesquisa.

Além disso, o papel fundamental da DC é permitir que a sociedade possa compreender, mesmo que pouco, o mundo em que vivem e, especialmente, assimilar as novas descobertas, o progresso científico, focando no processo de educação científica, assim como explica Bueno (2010, p. 5):

A divulgação científica cumpre função primordial: democratizar o acesso ao conhecimento científico e estabelecer condições para a chamada alfabetização científica. Contribui, portanto, para incluir os cidadãos no debate sobre temas especializados e que podem impactar sua vida e seu trabalho, a exemplo de transgênicos, células tronco, mudanças climáticas, energias renováveis e outros itens.

Porém, a divulgação científica não é direcionada apenas ao público não-cientista, mas também à comunidade científica. A DC também está envolvida no diálogo entre cientistas, tendo em vista que estes também não possuem muito conhecimento em áreas que não sejam precisamente ligadas aos seus interesses de estudo e trabalho, como por exemplo um biólogo marinho que é especialista em mamíferos, porém conhece pouco sobre peixes. Como afirma Silva (2006, p. 58) “Dado o grau de especialização da atividade científica atual, um cientista é sempre mais ou menos leigo<sup>1</sup> em campos que não sejam estritamente vinculados ao seu próprio trabalho”.

A ciência possui tendência a se afastar do domínio público, ficando restrita a uma pequena parcela da população e ela muda quando incorporada a muitos grupos da sociedade. Para isso são necessárias diversas estratégias para fazer com que ela se torne acessível e consiga alcançar esse público. A divulgação científica compreende a “[...] utilização de recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para a veiculação de informações científicas, tecnológicas ou associadas a inovações ao público leigo” (BUENO, 2009, p. 162).

Pode-se dizer que o principal objetivo da DC é fazer com que as informações que antes não o eram, tornem-se compreensíveis para o público em geral e façam-nos se familiarizar com a ciência.

Em relação ao objetivo da divulgação científica, Massarani (2018, p. 41) afirma:

Se quiséssemos definir o objetivo da divulgação científica, poderíamos dizer que ela procura familiarizar o leitor com o espírito da ciência. Para atingir essa meta, o divulgador tem de recorrer a vários meios. Um deles é a explicação, em linguagem acessível ao grande público, dos fatos da ciência à proporção que eles são obtidos; assim o leitor aprecia a ciência como processo pelo qual se produz o conhecimento, a

---

<sup>1</sup> Segundo Bueno (2010), leigo é um “público não iniciado, quer dizer, não tem, obrigatoriamente, formação técnico-científica que lhe permita, sem maior esforço, decodificar um jargão técnico ou compreender conceitos que respaldam o processo singular de circulação de informações especializadas”.

ciência em seu sentido dinâmico e não como disciplina estática. Mas o fato já assentado, isto é, a ciência como disciplina, para compreensão dos próprios fatos novos ou mesmo para suprir lacunas de formação intelectual do público.

Embora seja considerada uma prática bastante comum na época atual, não deve ser considerada uma atividade moderna, pois, segundo Pincelli (2018, p. 2) “Divulgar ciência é uma atividade quase tão antiga quanto fazer ciência. Desde períodos imemoriais, cientistas e filósofos trocaram cartas com suas descobertas e teorias”. Assim, por se dirigir a um público mais amplo, a divulgação científica assumiu diversos formatos ao longo dos últimos séculos — o formato escrito como cartas, livros, jornais e revistas; o audiovisual como na TV, documentários e sites da internet.

A DC se popularizou principalmente com o surgimento da imprensa com a publicação de livros com essa temática escritos por cientistas:

[...] inicialmente com a publicação de livros — como o Diálogo sobre os dois principais sistemas do mundo (1632), onde Galileu Galilei apresentava teorias de mecânica na forma clássica de diálogos. Mais tarde, os cientistas começaram a se unir para trocar informações, formando organizações como a Royal Society (1662). Essas reuniões passaram a ser registradas por escrito e divulgadas em journals como o *Philosophical Transactions of the Royal Society* (1665). Os papers, papéis científicos enviados à organização, também passaram a ser publicados por esse título. No mundo lusófono, os journals e papers ficariam conhecidos como revistas científicas e artigos científicos, respectivamente (PINCELLI, 2018. p. 2).

Mais tarde, no século XVIII, surgiram museus e enciclopédias influenciados principalmente pela corrente filosófica do iluminismo. Os exemplos mais famosos desse tipo de divulgação científica são a *Encyclopedie* e o Museu do Louvre, ambos franceses. Além disso, na Inglaterra, o Museu Britânico e a *Encyclopedia Britannica*; nos Estados Unidos também surgiram várias enciclopédias e a Biblioteca do Congresso, que cumpriu o papel acumulador da memória nacional.

Segundo Silva (2006), nesse século aconteciam verdadeiros shows científicos — anfiteatros europeus lotados de um público ansioso para conhecer novas máquinas e demonstrações de fenômenos pneumáticos, elétricos e mecânicos. “Algumas exposições e palestras, relacionadas à física, à química ou à medicina, eram itinerantes, percorrendo diversas cidades e, às vezes, diversos países” (SILVA, 2006, p. 55). Além disso, segundo o autor, no século XVIII, muitos livros foram escritos destinados a um público não-especializado e também destinados ao público infantil. Assim:

A produção de livros ditos de divulgação científica escritos por cientistas percorre todos os séculos e praticamente todas as áreas da ciência desde, pelo menos, o século XVIII. O matemático Euler publicou entre 1768-72, em três volumes, o livro *Cartas*

*a uma Princesa da Alemanha*, também destinado ao público em geral. O livro *Worlds in the making 13* do químico e prêmio Nobel Svante Arrhenius é publicado em 1908, com o mesmo propósito (SILVA, 2006, p. 55).

De acordo com Pincelli (2018, p. 3) com o surgimento da ficção científica no século XIX, obras como *Frankenstein* (1816), apresentaram conceitos científicos ao público na forma de narrativas ficcionais que questionavam o papel do cientista, os riscos e benefícios da ciência. As histórias de Júlio Verne também fomentaram essa tendência, pois misturavam ciência com aventura, como *A volta ao mundo em 80 dias*, e também possuíam um viés futurista, como *20 mil léguas submarinas* e *Da Terra à Lua*.

Na segunda metade do século XIX as atividades de divulgação tomaram maiores proporções em todo o mundo depois da Segunda Revolução Industrial na Europa. Essa época foi marcada pela fé e o otimismo em relação aos benefícios do progresso científico e técnico (MASSARANI, 2002). Nesse contexto, ganham espaço as chamadas Exposições Universais iniciadas em Londres em 1850 e que perduraram até o século XX.

As Exposições Universais foram palco para a divulgação de invenções como a fotografia, o telefone e o cinema. Eventos notáveis desse tipo foram as Exposições de Londres (1850), Filadélfia (1876), Chicago (1893), Paris (1900) e Nova York (1939). A II Guerra Mundial e a chegada da televisão marcaram o declínio das exposições internacionais, mas ainda cabe destacar as Expos de Nova York (1965), Montreal (1976) e Lisboa (2000) (PINCELLI, 2018, p. 3).

No Brasil, umas das primeiras tentativas de DC no país ocorreu com a criação da Academia Científica do Rio de Janeiro por Marquês do Lavrardio em 1772 e depois com a chegada da Corte Portuguesa ao Brasil no século XIX quando nasceram as primeiras instituições de ensino superior ou com algum interesse ligado à ciência e às técnicas como a Academia Real Militar (1810), o Museu Nacional (1818) e o Jardim Botânico fundado por D. João VI em 1808. Além disso, as universidades e revistas científicas só surgiram no país no século XX, a Universidade do Brasil e a Universidade de São Paulo, assim como as enciclopédias que só se tornaram populares no Brasil durante a segunda metade do século XX.

A partir de 1950, a DC propriamente dita começaria a se consolidar com as colunas de jornais escritas por José Reis. Três décadas mais tarde, começaram a surgir novas publicações voltadas para a divulgação da ciência, como a revista *Superinteressante* e a *Globo Ciência*.

Nos anos 80 novas atividades de divulgação científica começaram a surgir, apareceram as primeiras tentativas de se produzir material de TV direcionados a temas científicos. Por exemplo, o programa Nova Ciência 1979 e Globo Ciência 1984, com formato inovador e jornalístico. Em 1982 foi criada a revista Ciência hoje com

objetivo de divulgar a ciência produzida pelo Brasil e incentivar os cientistas a escreverem sobre suas pesquisas (AZEVEDO, 2017, p. 4).

A internet possibilitou o desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) bem como diversas ferramentas que facilitam a socialização do conhecimento científico com a sociedade. Dessa maneira, nas últimas duas décadas, a DC se popularizou online e passou a ser praticada diretamente tanto por cientistas como Drauzio Varella, médico brasileiro, Marcelo Gleiser, astrofísico e Suzana Herculano-Houzel, neurocientista, bem como por não especialistas em blogs. Mais recentemente, cientistas e blogueiros se deslocaram para a rede Youtube e passaram a divulgar ciência na esfera audiovisual como por exemplo o canal *Nerdologia* do biólogo, doutor em microbiologia e pesquisador brasileiro Átila Lamarino e o *Canal Nostalgia* do influenciador e youtuber Felipe Castanhari.

Ademais, segundo Fernandes e Santos (2013), uma das ferramentas que está muito popular pelo poder das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) na década atual são as redes sociais online, pois vêm sendo grandes aliadas e facilitadoras da divulgação científica.

## 2.1 Redes sociais e a divulgação científica

Rede social diz respeito ao compartilhamento e interação social, sendo assim, remete ao início da civilização onde o homem precisava compartilhar e criar laços sociais por afinidade e interesses em comum entre integrantes de um determinado grupo. De acordo com Ferreira (2011), uma rede social consiste em um conjunto de pessoas, com um determinado padrão de contatos ou interações, entre as quais se estabelecem diversos tipos de relações e, por meio delas, circulam diferentes fluxos de informação.

Já Marteleto (2001, p. 72) define as redes sociais como:

Um sistema de nodos e elos; uma estrutura sem fronteiras; uma comunidade não geográfica; um sistema de apoio ou um sistema físico que se pareça com uma árvore ou uma rede. [...] conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados.

O advento da internet, avanço da tecnologia e o desenvolvimento das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) trouxeram diversas mudanças para a sociedade, uma delas é a forma de se comunicar. As TICs são responsáveis pelo grande fluxo de informações para novos territórios em campos de conhecimentos diversificados de múltiplos interesses e acesso livre (VALÉRIO; PINHEIRO, 2008). Dessa forma, configuram-se como um novo

espaço – ciberespaço – que na visão de Lévy (1999) é um espaço de comunicação que surgiu pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores.

A Sociedade da Informação (SI) surge, fomentada pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), devido a tentativa de articular um vínculo on-line entre os seres humanos, tratando de uma sociedade imersa por novas tecnologias em suas mais diversas camadas e com seus mais diversos autores, com o intuito de estreitar as relações humanas auxiliando no processo de comunicação, assim conectando os indivíduos em meio às redes virtuais, o sujeito passa a adentrar no ciberespaço, onde a informação sofre com crescentes ressignificações por conta da evolução tecnológica (SILVA T.; SILVA S.; CASTRO, 2021, p. 430).

Nesse contexto, novas maneiras de pensar e de conviver estão sendo elaboradas no mundo da informática (LÉVY, 1999). Com isso, quando se fala em redes sociais nos dias de hoje, imediatamente imagina-se os aplicativos de relacionamento (*networking social*) como o Facebook e o Twitter disponíveis na internet, entretanto, não devemos confundir com as definições dadas acima, pois as redes sociais existem independentemente da tecnologia. A tecnologia apenas as evidencia e potencializa (FERREIRA, 2011).

Atualmente, pela facilidade de utilização, enorme popularidade e alcance de redes sociais virtuais (BARBOSA, 2018) como Facebook, Youtube, Twitter, Instagram e, mais recentemente, TikTok, e pela importante função da mídia, que é mediar o conhecimento com a sociedade, essas redes sociais têm servido de maneira muito relevante para a divulgação científica, aproximando o conhecimento científico e o cotidiano, através de publicações nesses espaços virtuais. Elas permitem uma maior interação entre os sujeitos envolvidos no processo (autores, editores, leitores), porque ocorre de forma rápida, imediata e interativa, ampliando a visibilidade e alcance de informações, tanto para um público específico como para a sociedade em geral.

Em relação a internet e às redes sociais, Fernandes e Santos (2013, p. 7) afirmam que:

Não há dúvidas de que a internet oferece novas ferramentas de acesso ao conhecimento científico. Este alcance possibilitado pela internet faz com que as redes sociais consigam agregar sujeitos de diferentes lugares do mundo, construindo assim um intercâmbio multicultural, se caracterizando como um espaço de fazer coletivo, permitindo interação de diferentes culturas e garantido a conciliação do saber científico com demais sujeitos da sociedade.

Com tanto material científico na internet, as redes sociais podem atuar como uma ferramenta facilitadora na DC, pois ela permite que docentes e pesquisadores possam socializar seus conhecimentos e descobertas, divulgar e trocar experiências, reduzindo assim a distância entre a ciência e uma parte da população que não tem acesso a ela, pois, segundo Fernandes e

Santos (2013), a abertura de informações e a publicidade às atividades de pesquisa por meio das redes sociais, promovem a democratização do conhecimento e estimulam a interlocução, garantindo ao leitor sua participação nesse processo, já que “a produção científica se dá num espaço polêmico de interlocução” (SILVA, 2006, p. 56).

A rede social Instagram é um exemplo de plataforma virtual muito popular que vem sendo utilizada com o objetivo de divulgar a ciência. Assim, de acordo com Bueno (2010), é preciso que os divulgadores da ciência deem maior atenção às mídias digitais de forma a alcançar mais pessoas, utilizando-se das mídias mais populares e com maior público.

## 2.2 A divulgação científica no Instagram

O aplicativo Instagram é uma das redes sociais online que mais se destacou nos últimos tempos e é uma das mídias mais acessadas no Brasil e no mundo com mais de um bilhão de usuários (INSTAGRAM, 2022). A plataforma permite o compartilhamento de fotos e vídeos e possui diversas ferramentas que podem ser utilizadas pelos usuários, como a aplicação de filtros ou efeitos digitais. É possível “curtir” ou comentar as fotos, e ver o que há de novo de modo simples e intuitivo. Estas são algumas das razões pelas quais se tornou popular tão rapidamente. Segundo Suess (2014 *apud* FREITAS, 2020), essa popularidade é um reflexo da crescente cultura visual da sociedade.

Segundo o site oficial da plataforma, podemos definir o Instagram como:

Um aplicativo gratuito de compartilhamento de fotos, vídeos e mensagens que funciona em dispositivos iOS, Android e na web. As pessoas podem carregar fotos ou vídeos em nosso serviço e compartilhá-los com seguidores ou com um grupo restrito de amigos. Elas também podem ver, comentar e curtir publicações compartilhadas por amigos no Instagram. Qualquer pessoa com 13 anos ou mais pode criar uma conta ao registrar um endereço de email e selecionar um nome de usuário (INSTAGRAM, 2022).

O Instagram foi criado por Kevin Systrom e Mike Krieger e lançado em outubro de 2010 (RODRIGUES *et al.*, 2021). O serviço rapidamente ganhou popularidade, com mais de 100 milhões de usuários ativos em abril de 2012 e ainda em 2012, o empresário Mark Zuckerberg, dono da empresa com a maior rede social do mundo, o Facebook (agora chamada de Meta), comprou o Instagram.

Atualmente, o Instagram proporciona aos usuários inúmeras ferramentas, como os *Stories*, *Live*, *Reels*, *Feed* e *Direct*. *Stories* são vídeos ou fotos que depois de publicados ficam visíveis por 24 horas, após isso são arquivados e apenas podem ser acessados pelo proprietário

da conta, exceto quando ele (a) adiciona-os aos “Destaques”, o que os torna disponíveis para outras pessoas acessarem passado esse período.

Além disso, dentro dos *Stories*, existem funcionalidades que permitem a interação com os seguidores como curtidas, caixinhas de perguntas, músicas, votações, enquetes e transmissões ao vivo. *Reels* é uma ferramenta que permite que as pessoas gravem e editem vídeos curtos de até 60 segundos, possibilita adicionar efeitos e músicas ou usar seu próprio áudio original. *Feed* é o espaço em que as pessoas podem ver publicações das contas que seguem. E por fim, *Direct* é um *chat* em que os usuários podem trocar mensagens.

Segundo Fonseca, Glauêncio e Lacerda (2018, p. 149, 150, *apud* LUNA, 2019, p. 29):

No Instagram, o usuário registra-se, gerando um perfil (público ou privado). Com este registro, é possível tirar fotos em formato 4:3, semelhante às registradas em máquinas da marca Polaroid e aquelas que utilizam o padrão Kodak Instamatic. Além da captura, o usuário poderá inserir filtros especiais, fazendo com que a imagem tenha, aparentemente, traços artísticos e diferenciados. Com o aplicativo, também é possível adicionar vídeos, com a aplicação de filtros específicos e um sistema de estabilização das imagens gravadas ou vídeos feitos na hora no Instagram Stories, que fica disponível por 24 horas. O seu lançamento causou um enorme rebuliço principalmente com os usuários do Snapchat, visto que são disponibilizadas praticamente as mesmas ferramentas. Precedidos pelo símbolo “#”, as famosas Hashtags são compostas pela palavra-chave que viram hiperlinks dentro da rede. Como forma de concentrar a discussão de um determinado assunto em questão, os usuários a utilizam para que todos possam ter acesso ao tema. Essa ferramenta não é de domínio apenas do aplicativo, e sim, de outras plataformas, a exemplo do Facebook e Twitter, onde teve seus primeiros registros de uso.

Diante de todas essas características que o Instagram possui, ele é utilizado para o compartilhamento de diversos conteúdos, inclusive o científico, direcionados a diferentes públicos com um alcance global. O uso de recursos visuais como fotografias, ilustrações, imagens trabalhadas digitalmente e vídeos ajuda a compreensão do público e aumenta o interesse no assunto (COSTA; GLÜCK, 2021). Sendo assim, forma uma ponte entre o meio acadêmico e a sociedade. Logo, essa rede social, torna-se uma verdadeira aliada na promoção da ciência como forma de educação informal, alfabetização científica e visibilidade pública (LEMES *et al.*, 2021).

### 3 METODOLOGIA

Foi realizado um estudo do perfil do Instagram @labplancton\_ufc que pertence ao Laboratório de Plâncton do Instituto de Ciências do Mar (LABOMAR) da Universidade Federal do Ceará (UFC) a fim de responder ao problema inicial de pesquisa, que é saber quais estratégias devem ser utilizadas para fazer uma boa divulgação científica no Instagram, como é a interação do público com as publicações e se a maneira como a publicação é produzida afeta a interação com o público.

#### 3.1 Tipologia da pesquisa

Essa pesquisa é de natureza básica e possui um caráter misto, qualitativa e quantitativa, já que leva em consideração os dados numéricos das publicações do Instagram, como também os analisa.

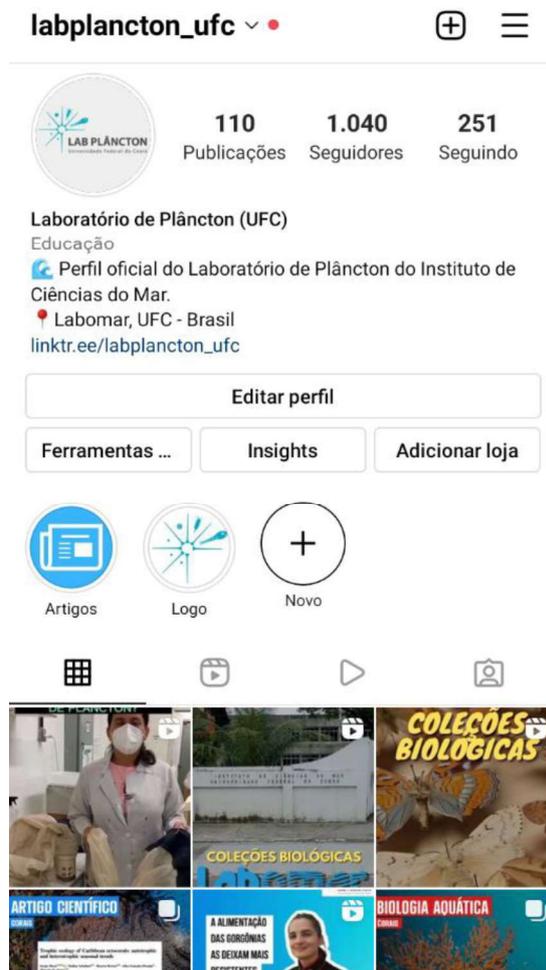
Quanto aos objetivos trata-se de uma pesquisa exploratória, pois “proporciona maior familiaridade com o problema, para torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses e tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições” (GIL, 2002, p. 41).

Em relação aos procedimentos técnicos é um estudo de caso exploratório que utiliza as postagens do perfil @labplancton\_ufc da rede social Instagram como objeto de estudo. O estudo de caso segundo Yin (2005, p. 32) “é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos”.

#### 3.2 O perfil @labplancton\_ufc

O perfil começou a ser utilizado com o intuito de divulgar ciência em maio de 2021 pela equipe do Laboratório de Plâncton e até então continua ativo com 1.040 seguidores, segue 251 e possui 110 postagens em maio de 2022, como mostra a Figura 1.

**Figura 1** — Conta do @labplancton\_ufc no Instagram



Fonte: Instagram (2022)

### 3.3 Organização das atividades

A equipe do laboratório se reunia a cada dois ou três meses pela plataforma Google Meet para planejamento das postagens (definir temas, os responsáveis pela elaboração, datas e o tipo de postagem). As informações contidas nas publicações foram elaboradas com base em fontes seguras, por especialistas do tema ou sob consultoria deles e fazem uso de diversas ferramentas de edição de imagem e vídeo como o Canva, Photoshop e Caput.

Além disso, as postagens foram classificadas da seguinte forma:

- **Tema geral:** buscava-se apresentar um tema dentro da Biologia Aquática, mostrando sua definição e suas principais características;
- **Artigo científico:** consistia em um resumo de um artigo científico (geralmente de autoria de pesquisadores do laboratório), elaborado de forma mais simples para o bom entendimento do público geral;

- **Espécie:** possuía aspectos de uma espécie como classificação, local de origem e importância;
- **Projetos:** detalhou-se algum projeto ambiental desenvolvido no laboratório;
- **Rotina:** mostrava a rotina de trabalho de algum pesquisador do laboratório, geralmente em formato de vídeo;
- **Notícia:** algum acontecimento recente sobre algum tema relacionado à biologia aquática;
- **Livre:** uma publicação diferente do que era costume ser publicado.

A frequência de postagens era três vezes na semana, geralmente segunda, quarta e sexta-feira. Em cada semana, havia um tema diferente que era abordado dentro dessas diferentes classificações. Em uma semana que o tema fosse sobre fitoplâncton, poderia ser organizado da seguinte forma: na segunda-feira era postado o **Tema geral** que explicava o que era o fitoplâncton e suas principais características, na quarta-feira um **Artigo Científico** que trabalhasse a mesma temática e na sexta-feira postagem sobre a **Rotina** de trabalho de um pesquisador do laboratório que estuda esses organismos. Além disso, as publicações possuíam legendas contendo informações que traziam do que se trata o conteúdo, quem participou da produção e as *hashtags* com palavras-chaves sobre o assunto.

### 3.4 Coleta e análise dos dados

O Instagram no modo conta profissional possui uma aba chamada “Painel profissional” que fornece várias informações (*insights*), em forma de gráfico, sobre a audiência do perfil, como gênero (masculino/feminino), a localização (país e cidade) e a idade do público organizada em faixas de idade (13-17, 18-24, 25-34, 35-44, 45-54, 55-64 e 65 anos ou mais), bem como todos os dados que se referem às publicações. Através dessa ferramenta é possível entender melhor quem é o público e sua interação com o conteúdo publicado. Logo, todos os dados foram coletados no próprio Instagram por meio deste recurso.

Esses dados se referem às métricas como o alcance, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos. De acordo com Oliveira (2020), o alcance se refere ao número total de espectadores únicos, a quantidade de contas que viram aquele conteúdo. Curtidas ou *likes* entendem-se como a quantidade de pessoas que gostaram da publicação e demonstraram isso através desse clique. Comentários é a quantidade de pessoas que sentiram a necessidade de fazer alguma pergunta, críticas ou elogios na publicação. Compartilhamento é

o número de vezes que as pessoas compartilharam aquele conteúdo com outras pessoas. E o salvamento é a quantidade de vezes que o público guardou aquele conteúdo para ver novamente em outro momento.

Com intuito de obter uma amostra representativa, tendo em vista que todas as postagens têm a probabilidade de serem escolhidas, o método escolhido foi a amostragem aleatória simples através de sorteio seguindo metodologia de Santos (2007). As postagens foram numeradas de 1 a 80. A amostra pretendida foi  $n=24$  ( $80 \times 30\%$ ) e o sorteio foi realizado no site sorteador (FIGURA 3). As postagens escolhidas através de sorteio foram organizadas no APÊNDICE A com algumas informações como a data de postagem, título, formato visual, classificação e abrangência.

Figura 3 — Publicações sorteadas



Fonte: Sorteador, 2022

Além disso, foi feita uma tabela (APÊNDICE B) que mostra os resultados numéricos das métricas (alcance, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos) dessas mesmas publicações que foram sorteadas. Realizou-se uma análise descritiva a partir dos valores absolutos e relativos das métricas das publicações e a partir desses dados, foram selecionadas as postagens que se destacaram em pelo menos quatro métricas com valores acima da média (marcados em negrito no APÊNDICE B) sendo assim, dadas como as que tiveram maior número de interações. Elas foram analisadas quanto às estratégias utilizadas para a

produção e suas características, como a temática, recursos audiovisuais, linguagem, organização, quantidade de informações (textos curtos/longos), a fim de verificar o que pode ter afetado seu sucesso junto ao público.

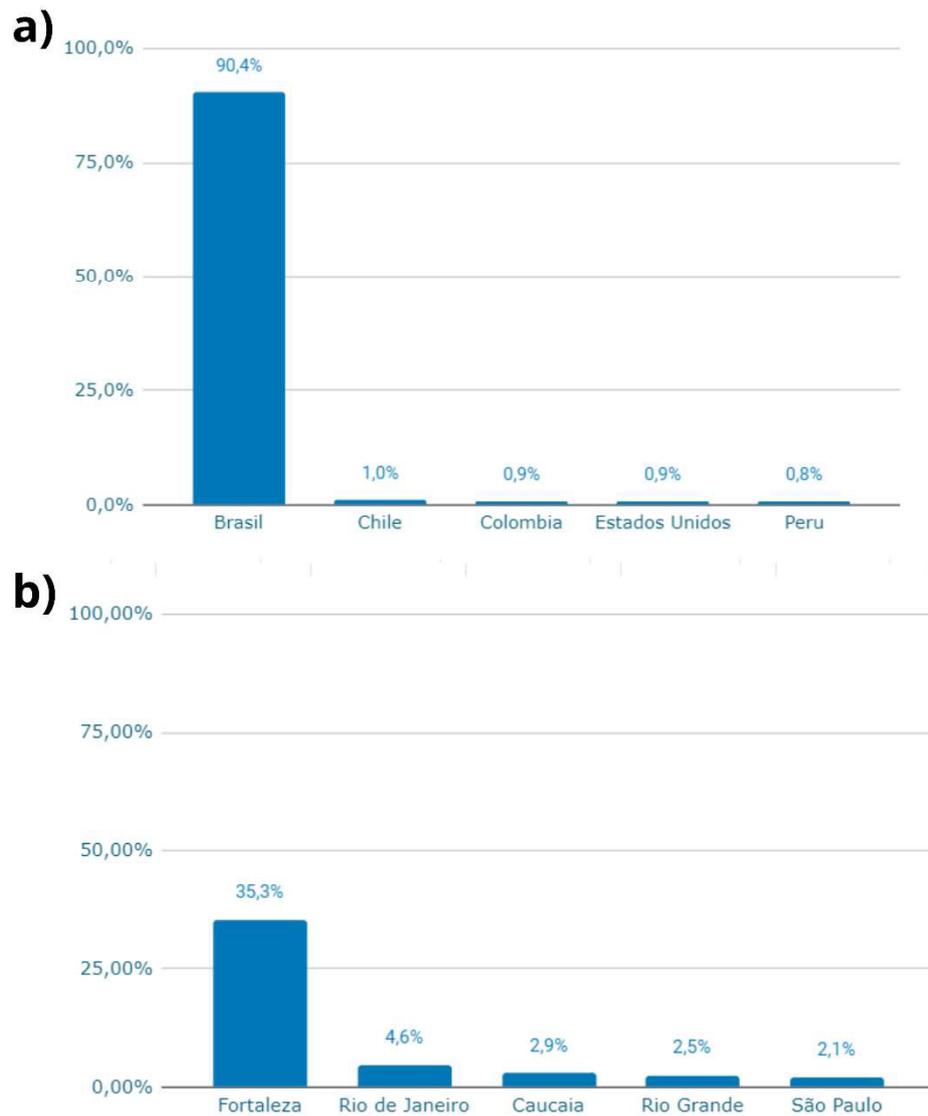
## 4 RESULTADOS

Assim de acordo com a metodologia supracitada, neste tópico serão descritos os resultados obtidos.

### 4.1 O público que acessa o perfil labplancton\_ufc

A maioria do público estava localizado no Brasil, porém alguns outros países também acompanhavam o perfil, como Chile, Colômbia, Estados Unidos e Peru. O perfil era seguido por pessoas de diferentes cidades do Brasil. Grande parte se concentrava em Fortaleza e também em Caucaia, Região Metropolitana de Fortaleza, ambas do estado do Ceará. Além dessas, a cidade do Rio de Janeiro, Rio Grande e São Paulo. No gráfico 1 estão organizadas as porcentagens dos principais países e cidades das pessoas que acompanhavam o perfil.

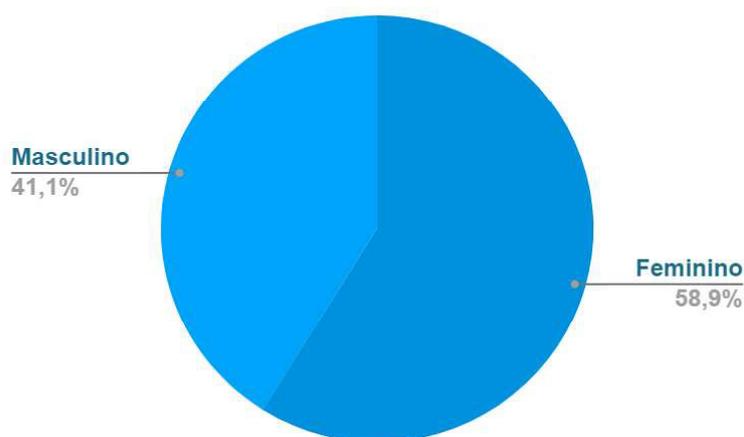
**Gráfico 1 — Localização dos seguidores. a) principais países dos seguidores b) principais cidades dos seguidores**



Fonte: Instagram, 2022

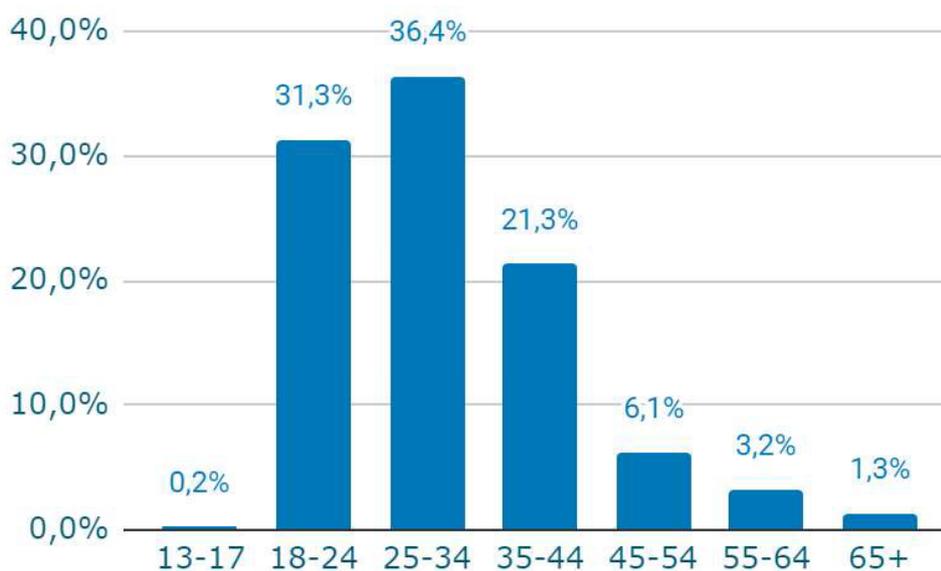
No gráfico 2, é possível observar as porcentagens dos gêneros dos seguidores. Quanto à faixa etária, os resultados encontram-se organizados no Gráfico 3.

**Gráfico 2** — Gênero dos seguidores



Fonte: Instagram, 2022

**Gráfico 3** — Faixa etária dos seguidores



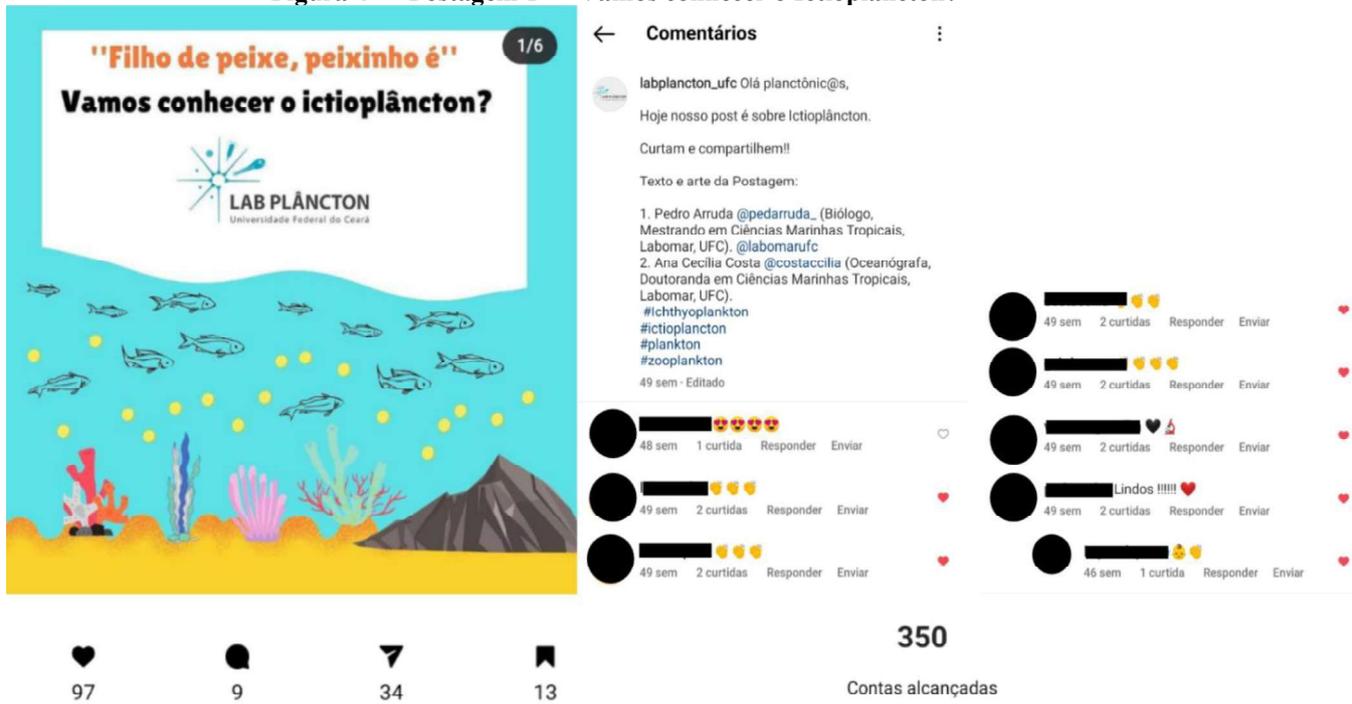
Fonte: Instagram, 2022

## 4.2 As postagens do perfil

De acordo com a tabela de métrica (APÊNDICE B), o alcance obteve a maior média. Além disso, a curtida foi a opção mais utilizada pelo público, seguido do compartilhamento, salvamento e comentários, nesta ordem. As postagens que ficaram acima da média em pelo menos quatro métricas foram a 1, 2, 18, 21, 22 e 23 (APÊNDICE B) assim, foram as que tiveram maior número de interações, ou seja, maior aprovação do público e serão descritas a seguir.

### 4.2.1 Vamos conhecer o Ictioplâncton?

Figura 4 — Postagem 1 — Vamos conhecer o Ictioplâncton?



Fonte: Instagram, 2022

Essa postagem obteve 9 comentários (10,23%), 34 compartilhamentos (8,42%), 13 salvamentos (6,34%), 97 curtidas (4,75%) e um alcance de 2,17%. Ela foi produzida no formato carrossel com 6 cards dentro da classificação **Tema geral**, pois explica o que é o ictioplâncton — parte do plâncton que compreende ovos e larvas de peixes — além de ressaltar sua importância, como identificá-los e os impactos que sofrem no ambiente. Além disso, esse tema também foi classificado como abrangência global, dado a sua relevância, um tema de interesse global. Foram utilizadas diversas fotos dos organismos, animações, desenhos que ilustraram de forma didática esses componentes do plâncton e foi adotada uma linguagem de fácil compreensão para facilitar o entendimento.

#### 4.2.2 Microplástico: o que sabemos sobre um dos maiores poluentes dos mares?

Figura 5 — Postagem 2 — Microplástico: o que sabemos sobre um dos maiores poluentes dos mares?



As métricas com maior destaque nesta publicação foram, respectivamente, os salvamentos (11,71%) e comentários (11,36%). Além disso, esta obteve 42 compartilhamentos (10,40%), 123 curtidas (6,02%) e por último um alcance de 6,02%. Ela foi produzida no formato carrossel com 7 cards e está dentro da classificação de **Tema geral** expondo informações sobre o microplástico, pequenos fragmentos de plásticos que se qualificam como um dos maiores poluentes do oceano, traz curiosidades e aborda os diversos impactos que eles podem causar no ambiente aquático e para a saúde pública. Também é um tema de abrangência global. Assim como a postagem anterior, também se utilizou de diversos recursos visuais, principalmente desenhos para ilustrar o conteúdo escrito em texto curto, objetivo e de linguagem simples.

#### 4.2.3 O que é carbono azul?

Figura 6 — Postagem 18 — O que é carbono azul?



Fonte: Instagram, 2022

Essa publicação obteve um grande alcance com 3.504 (21,67%) e foi a que mais se destacou nesta métrica. Além disso, foram 18 salvamentos (8,78%), 166 curtidas (8,13%), 29 compartilhamentos (7,18%) e 5 comentários (5,68%). Diferentemente das outras, essa foi produzida no formato visual *Reels* dentro da classificação **Livre** e é um tema com abrangência global. Neste *Reels*, um pesquisador do LABOMAR explica o que é o carbono azul, referente a todo carbono que é sequestrado da atmosfera ou oceano e é armazenado nos ecossistemas costeiros como os manguezais. O vídeo foi legendado para melhor compreensão e por motivos de acessibilidade. Ademais, esse conteúdo foi postado em colaboração com outro perfil de divulgação científica, o @observatoriodoplancton.

#### 4.2.4 Dia de planctólogo pelo PELD CSB: Trabalhando com ictioplâncton

Figura 7 — Postagem 21 — Dia de planctólogo pelo PELD CSB: Trabalhando com ictioplâncton



Fonte: Instagram, 2022

Essa postagem teve maior número de comentários com um percentual de 20,45%, seguido do alcance com 2.110 (13,04%), 138 curtidas (6,75%), 17 compartilhamentos (4,21%) e 8 salvamentos (3,90%). Ela foi produzida no formato *Reels* e se enquadra na classificação de **Rotina**, de abrangência regional, pois mostra um pouco da rotina de trabalho de um pesquisador do laboratório e o passo a passo de sua pesquisa sobre o ictioplâncton. Compõe o conteúdo vários vídeos, fotos e animações para complementar a fala do narrador e também é legendado, assim como o *Reels* analisado anteriormente. Ademais, esse conteúdo também foi postado em colaboração com o @observatoriodoplancton.

#### 4.2.5 Peixe-Leão é encontrado em água rasas no Nordeste

Figura 8 — Postagem 22 — Peixe-Leão é encontrado em água rasas no Nordeste

← **Comentários** ⋮

labplancton\_ufc Plâncton News 🇧🇷 espécie exótica invasora é encontrada no Ceará e Piauí. Este estudo foi realizado em parceria com 12 pesquisadores de diversas instituições sob a coordenação do Instituto de Ciências do Mar (LABOMAR). As capturas aconteceram nos dias 12 e 14 de março, sob a liderança do pesquisador do LABOMAR, Prof. Marcelo Soares, e coordenação de campo do pesquisador Tommaso Giarrizzo, professor visitante do LABOMAR. Ainda houve a colaboração de uma equipe de pescadores de Camocim e vila de Barrinha, e o apoio do Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMbio).

@cientistachefemeioambiente @labomarufc @icmbio @pesquisa.icmbio

Fonte: Portal da UFC - Universidade Federal do Ceará - Expedição inédita, sob coordenação do LABOMAR, detecta peixe-leão, espécie invasora, em águas rasas do NE

#peixeleão #especiesinvasoras #especiesexoticas #divulgaçãocientífica #divulgaçãocientífica #peixes #biologiamarina #biologiaconservação #oceanografia

213 0 117 23

**1.641**  
Contas alcançadas

Fonte: Instagram, 2022

Essa publicação obteve o maior número de compartilhamentos e curtidas com 117 (25,50%) e 213 (9,89%), respectivamente. Em seguida, alcançou 1641 contas (9,25%), teve 23 salvamentos (9,27%) e 0 comentários (0,00%). Ela foi produzida no formato visual carrossel com 5 cards dentro da classificação **Notícia** e possui abrangência regional. Ela informa sobre o aparecimento do peixe-leão, uma espécie exótica invasora, em águas do nordeste brasileiro, além disso, ressalta o risco desse animal e instruções do que fazer caso ele seja visto. A publicação conta com fotos do animal no laboratório e também no ambiente.

#### 4.2.6 Da série corais moles: Conheça as Gorgônias

Figura 9 — Postagem 23 — Da série corais moles: Conheça as gorgônias



Fonte: Instagram, 2022

Essa publicação obteve maior destaque em salvamentos com 12,68%, seguido das curtidas (7,20%), alcance (6,39%), compartilhamentos (5,20%) e comentários (4,4%). Ela foi produzida no formato carrossel com 7 cards e se enquadra na classificação **Tema geral** e possui abrangência global. Ela traz informações sobre um tipo de coral, as gorgônias. As estratégias utilizadas para sua produção foram o uso de diversas fotos desses organismos em todos os cards, juntamente de textos curtos didáticos e explicativos sobre suas características, modo de vida e sua importância, além de um título chamativo para atrair a atenção do leitor.

## 5 DISCUSSÃO

Na era digital é cada vez mais evidente a importância do uso de ferramentas digitais na aprendizagem. Nesse sentido, é preciso que professores aprendam a utilizar os ambientes virtuais que possuem potencial para aprendizagem e alfabetização científica, como é o caso do Instagram. Produzir essas postagens na rede social foi de grande aprendizado e é algo que pode ser levado para escola como prática pedagógica.

O uso de recursos tecnológicos digitais no contexto educacional não significa o abandono de métodos já existentes, mas a busca por abordagens que possam complementar e integrar o novo às práticas de ensino, de maneira a favorecê-las. Por isso, é de fundamental importância que os professores sejam letrados digitais, dispostos a mudar posturas passivas de absorção das tecnologias da informação e comunicação em razão de uma apropriação verdadeiramente crítica e criativa (MAGALHÃES; PAIVA; LIMA, 2021, p. 2).

De acordo com os resultados pode-se observar que as postagens do perfil @labplancton\_ufc alcançaram um determinado público e eles interagiram principalmente através de curtidas, seguido de compartilhamentos, salvamento e comentários. Mostrando que o Instagram se mostra eficiente em socializar as informações com o público (PAVELLE; WILKINSON, 2020).

A postagem sobre carbono azul (FIGURA 6) se destacou em todas as métricas analisadas, especialmente no alcance. Além disso, a postagem 22 (FIGURA 7) obteve resultados parecidos. Ambas foram produzidas como *Reels* o que pode significar que esse formato possui o potencial de entrega muito maior que os demais, sendo assim, faz com que mais pessoas vejam e conseqüentemente, interajam com o conteúdo. Esse resultado corrobora com o de Habibi (2021) que compara publicações estáticas e vídeos interativos. O autor sugere que comunicadores de ciência aproveitem as opções de formato de vídeos curtos no aplicativo para compartilhar ciência nas mídias sociais, pois assim há uma chance maior de que o conteúdo científico seja visto completamente, o que resulta em uma maior aceitação do usuário, discussão e engajamento geral.

Ademais, as publicações em formato *Reels* foram postadas em colaboração com outro perfil o que pode ter aumentado o alcance. Marcar parceiros colaborativos aumenta o público, além do uso de *hashtags* apropriadas (PAVLOV *et al.*, 2018). Um fator que pode ter influenciado no sucesso da postagem 22 se liga ao fato que mostra a rotina de um pesquisador em campo, algo que costuma ser muito popular nas redes sociais. Seguidores que são jovens e orientados para a ciência estão ansiosos para aprender sobre ciência e trabalho de campo

(PAVLOV *et al.*, 2018).

Em relação aos comentários nas postagens, há vários com opiniões (figura 5), elogios (figura 6 e 7) e dúvidas como na figura 9, o que mostra que as pessoas gostaram e se interessaram pelo conteúdo. Em curtidas, compartilhamentos e salvamentos se destacaram, principalmente, os conteúdos dentro da classificação **Notícia e Tema geral** como a Figura 8 e Figura 9, respectivamente, o que evidencia o interesse das pessoas por temas relevantes e mais atuais. Esse interesse pode ser explicado por esses conteúdos afetarem de alguma forma a vida delas, como os impactos causados pelos microplásticos e espécies exóticas como o peixe-leão, além de ameaças ao ictioplâncton que está relacionada à pesca e alimentação das pessoas. De acordo com Bueno (2010), o público sente dificuldade em acompanhar determinados temas e assuntos, pois estes não possuem conexão com a realidade na qual este mesmo público está inserido.

Resultados correlatos foram encontrados no trabalho de Rocha (2022), onde as postagens que detinham relação com o cotidiano das pessoas foram as que mais tiveram engajamento. “O impacto na visualização e entendimento da ciência presente no nosso cotidiano é importante, pois faz com que ela seja vista como essencial para o avanço da sociedade e também fundamental para a manutenção da vida” (ROCHA, 2022, p. 41).

Além disso, em todas as postagens que se destacaram foi adotada uma linguagem simples, didática, curta e objetiva, já que a linguagem é elemento crucial da divulgação científica. É essencial que os cientistas façam uma transposição didática do conhecimento, transformem o saber científico ao saber ensinado.

Segundo Polidoro (2010, p. 2):

A Transposição Didática, em um sentido restrito, pode ser entendida como a passagem do saber científico ao saber ensinado. Tal passagem, entretanto, não deve ser compreendida como a transposição do saber no sentido restrito do termo: apenas uma mudança de lugar. Supõe-se essa passagem como um processo de transformação do saber, que se torna outro em relação ao saber destinado a ensinar.

Ademais, a utilização de recursos visuais é importante, pois chama atenção e facilita o entendimento. De acordo com Rocha (2022, p. 45) “fazer o bom uso de imagens que chamem a atenção e que também auxiliem no entendimento de um conteúdo é fundamental para uma boa divulgação científica”. Assim, pode-se dizer que as postagens do Instagram dependem de fotos ou vídeos visualmente impressionantes, o texto que o acompanha precisa ser relevante, conciso e escrito em termos o público geral consiga compreender (PAVLOV *et al.* 2018).

Além disso, a adoção de layout padrão e uma identidade visual é importante para

um perfil no Instagram. Segundo Toniazzo (2021, p. 3)

A definição de características próprias para redes sociais é fundamental, pois ela possibilita que o conteúdo tenha uma aparência que comunica ao público, imediatamente, de onde e do que se trata aquela publicação, antes mesmo de ler ou interagir com o mesmo

Vale a pena ressaltar que a utilização de títulos chamativos que prendem a atenção do leitor e despertem a curiosidade, podem também ter influenciado no sucesso das publicações e conseqüentemente no crescimento do perfil. É importante que as publicações possuam uma estrutura narrativa (*storytelling*) que se desenvolva a partir da primeira frase até a última. De acordo com Pavlov (2018), construir uma história ajuda a se conectar emocionalmente ao público.

Por fim, outro fator determinante no crescimento do perfil e sucesso dos conteúdos é o planejamento e organização da equipe envolvida. A frequência de postagens em redes sociais é muito importante, pois ajuda no alcance e no crescimento do perfil. Segundo Toniazzo (2021) o mais recomendado são postagens diárias, caso não seja possível, postar pelo menos a cada dois dias.

Em relação ao público do perfil, é de se esperar que a maior parte seja do Brasil e do estado do Ceará, já que os conteúdos são escritos em português brasileiro e o laboratório se localiza em Fortaleza (CE). Quanto à idade, acredita-se que seja porque tal faixa etária corresponde a maioria dos universitários no Brasil e que também possuem maior familiaridade com a tecnologia e redes sociais (AZEVEDO *et al.*, 2021). Infelizmente, jovens de 13 e 17 anos foram a minoria quase nula, o que mostra que tem que se buscar estratégias para alcançar esse público. O público feminino é a maior parte da audiência. Pois, na educação, mostra-se uma tendência geral de aumento da escolaridade das mulheres em relação aos homens (IBGE, 2018).

Esses resultados corroboram com o trabalho de Rocha (2022), Vasconcelos (2021), Finato (2020) e Costa (2019) que também analisaram páginas de DC no Instagram, onde o público era em maioria do Brasil e da cidade de origem da página e composto por mulheres com idade entre 18 e 34 anos. Conhecer o público que segue o perfil é importante, pois assim, é possível direcionar melhor os conteúdos para a sua audiência, resultando em uma interação mais ativa, sendo assim fazendo com que a DC seja mais efetiva.

Além disso, conhecer quem não é atingido também é interessante para elaborar estratégias que alcancem essas pessoas. Infelizmente, estudantes de ensino fundamental e médio fazem parte da faixa etária entre 13 e 17 anos, público esse que foi o menos atingido. É de grande relevância que o conhecimento científico chegue a esses jovens já que as “as redes

sociais estão intrinsecamente ligadas ao mundo dos jovens e adolescentes e podem ser utilizadas para facilitar a criação de redes de conhecimentos” (RODRIGUES *et al.*, 2021, p. 5). Assim, promovendo a alfabetização científica desses estudantes, formando cidadãos conscientes, reflexivos e que sabem usufruir do conhecimento científico nas diferentes esferas da vida (ARAÚJO, 2015).

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através das análises das postagens no perfil @labplancton\_ufc pode-se concluir que a adoção de vídeos curtos (*Reels*) e postagens com imagens e animações acompanhadas de textos concisos, com temas que se conectem com o cotidiano das pessoas utilizando de uma linguagem simples e didática, podem contribuir para uma divulgação científica eficaz no Instagram.

É importante que pesquisadores e cientistas busquem fazer divulgação científica, pois eles são fundamentais na formação da cultura científica na sociedade. Muitas pesquisas e descobertas seriam muito mais úteis se fossem divulgadas e veiculadas de maneira compreensível para todos. Essa barreira de informação precisa ser quebrada para que o conhecimento seja compartilhado e difundido pelo mundo, independente da formação. As redes sociais como o Instagram se mostram excelentes ferramentas que ajudam na democratização do conhecimento.

Logo, como contribuição para disseminação do conhecimento, partindo dos resultados obtidos neste trabalho e das experiências pessoais como divulgadora científica, algumas dicas que possam influenciar para uma melhor divulgação científica no Instagram podem ser listadas como: planejamento para produção das postagens, manter uma frequência na rede social, vídeos curtos legendados, imagens didáticas aliadas a textos concisos de linguagem acessível, uso de hashtags e postar em colaboração com outros perfis. Vale ressaltar que faltam mais pesquisas nessa área e espera-se que este trabalho possa servir como suporte aos perfis de divulgação da ciência em redes sociais e em pesquisas futuras.

## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, Ana. **Feira de ciências: contribuições para a alfabetização científica na educação básica**. 2015. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-graduação em Educação Brasileira, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/18922>. Acesso em: 16 jul. 2022.
- AZEVEDO, Jorge. *et al.* Instagram como ferramenta de mediação da aprendizagem: uma nova forma de se aproximar do aluno utilizando a tecnologia. **Brazilian Journal of Development**, Paraná, v.7, n. 3, 2021. Disponível em: <https://www.brazilianjournals.com/index.php/BRJD/article/view/27133>. Acesso em: 16 jul. 2022.
- AZEVEDO, Murilo. Mídias e TICs no papel da Divulgação científica brasileira e o Educomunicador no EaD. **XIII EDUCERE**, Curitiba, 2017. Disponível em: [http://educere.bruc.com.br/arquivo/pdf2017/23350\\_11998.pdf](http://educere.bruc.com.br/arquivo/pdf2017/23350_11998.pdf). Acesso em: 16 jul. 2022.
- BARBOSA, Cristiane; SOUSA, Jorge. Comunicação da Ciência e Redes Sociais: um olhar sobre o uso do Facebook na divulgação científica. [s.l.]: **CECS-Publicações/eBooks**, 2018. Disponível em: [http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs\\_ebooks/article/view/2826](http://www.lasics.uminho.pt/ojs/index.php/cecs_ebooks/article/view/2826). Acesso em: 16 jul. 2022.
- BASTOS, Cleverson; KELLER, Vicente. **Aprendendo a aprender: introdução à metodologia científica**. 19. ed. Petrópolis: Vozes, 2006.
- BAZZO, Walter; VALÉRIO, Marcelo. O papel da divulgação científica em nossa sociedade de risco: em prol de uma nova ordem de relações entre ciência, tecnologia e sociedade. **Revista Iberoamericana de Ciência, Tecnologia, Sociedad e Innovación**, Madrid, v. 7, 2006. Disponível em: <http://revista.educacao.ws/revista/index.php/abenge/article/view/34>. Acesso em: 16 jul. 2022.
- BUENO, Wilson. Jornalismo científico: revisitando o conceito. *In*: VICTOR, C.; CALDAS, G.; BORTOLIERO, S. (Org.). **Jornalismo científico e desenvolvimento sustentável**. São Paulo: All Print, 2009. p.157-78. Disponível em: <https://biopibid.paginas.ufsc.br/files/2013/12/Jornalismo-cient%C3%ADfco-conceito-e-fun%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2022.
- BUENO, Wilson. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **[S. I.]**, Madrid, v. 15, n. especial, p. 1-12, 2010. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/index.php/article/download/14078>. Acesso em: 16 jul. 2022.
- BUENO, Wilson. Jornalismo científico: conceitos e funções. *Ciência e Cultura*, **[S.I.]**, v. 39, n. 7, p. 1420-1427, 1985. Disponível em: <https://biopibid.paginas.ufsc.br/files/2013/12/Jornalismo-cient%C3%ADfco-conceito-e-fun%C3%A7%C3%A3o.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2022.
- CHASSOT, Attico. Alfabetização científica: uma possibilidade para a inclusão social. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro, n. 22, p. 89-100, 2003. Disponível em:

<https://www.scielo.br/j/rbedu/a/gZX6NW4YCy6fCWFQdWJ3KJh/?lang=pt>. Acesso em: 16 jul. 2022.

COSTA, Franciely. Uso do Instagram como ferramenta de estudo: análise de um perfil da área biológica. **Research, Society and Development**, Vargem Grande Paulista, v.8, n.10, 2019. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/5606/560662201023/html/>. Acesso em: 16 jul. 2022.

COSTA, Julia; GLÜCK, Eduardo. Digital image: between scientific dissemination and social networks. **Fórum Linguístico**, Espanha, v. 8, p. 5796-5811, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/download/79650/46885/303862>. Acesso em: 16 jul. 2022.

DIAS, Célia; DIAS, Rafael; ANNA, Jorge. Potencialidades das redes sociais e dos recursos imagéticos para a divulgação científica em periódicos da área de ciências da informação. **Revista do Instituto de Ciências Humanas e da Informação**, Rio Grande, v. 34, n. 01, p. 109-126, 2020. Disponível em: <https://periodicos.furg.br/biblos/article/view/11241>. Acesso em: 16 jul. 2022.

FERNANDES, Jéssica. *et al.* Redes sociais e divulgação científica: possibilidades para socialização do conhecimento. **Anais V FIPED**. Campina Grande: Realize Editora, 2013. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/3709>. Acesso em: 16 jul. 2022.

FERREIRA, Gonçalo. Redes sociais de informação: uma história e um estudo de caso. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 16, n. 3, set. 2011.  
FIGUEIREDO, Roniel Santos; SOUZA, Lais Machado de. O uso das redes sociais na Educação Ambiental em tempos de isolamento social. **Devir Educação**, Lavras, MG, v. 5, n. 1, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pci/a/hX6dWhCGmVCqGCC6ZnhgSMw/?lang=pt&format=pdf>. Acesso em: 16 jul. 2022.

FINATO, Gabriel. **Panorama da educação e da divulgação científica no universo digital: um estudo de caso com o Projeto Geo em Órbita na rede social Instagram**. 2020. 70 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Geografia) – Instituto de Geociências, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2020. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/handle/10183/217768>. Acesso em: 16 jul. 2022.

FRANÇA, Andressa. **Divulgação científica no Brasil: espaços de interatividade na Web**. 2015. 131 f. Dissertação (Mestrado em Ciência, Tecnologia e Sociedade) – Curso de Pós Graduação em Ciência, Tecnologia e Sociedade, Universidade Federal de São Carlos, São Paulo, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/7131>. Acesso em: 16 jul. 2022.

GIL, Antonio. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: [https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo\\_C1\\_como\\_elaborar\\_projeto\\_de\\_pesquisa\\_-\\_antonio\\_carlos\\_gil.pdf](https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/150/o/Anexo_C1_como_elaborar_projeto_de_pesquisa_-_antonio_carlos_gil.pdf). Acesso em: 16 jul. 2022.

GOMES, Diego. **Formas de socialização do conhecimento por cientistas: as redes sociais em perspectiva**. 2021. 142 f. Dissertação (Mestrado em Educação em Ciências e Matemática) – Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Matemática, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2021. Disponível em:

<https://repositorio.bc.ufg.br/tede/bitstream/tede/11865/3/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20-%20Diego%20Diniz%20Ferreira%20Gomes%20-%202021.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2022.

HABIBI, Sarah; SALIM, Lidya. Static vs. dynamic methods of delivery for science communication: A critical analysis of user engagement with science on social media. **PLoS One**, [s.l.] v. 16, n. 3, 2021. Disponível em:

<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0248507>. Acesso em: 16 jul. 2022.

HEATHCOTE, Grace. Animals of Instagram: taxonomic bias in science communication online. **Journal of Science Communication**, [s.l.], v.20, n. 4, 2021. Disponível em:

[https://jcom.sissa.it/archive/20/04/JCOM\\_2004\\_2021\\_A10](https://jcom.sissa.it/archive/20/04/JCOM_2004_2021_A10). Acesso em: 16 jul. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Indicadores sociais das mulheres no Brasil**. Rio de Janeiro, 2018. Disponível em:

<https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/materias-especiais/20453-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html>. Acesso em: 16 jul. 2022.

LEMES, Thamila. *et al.* O Instagram como ferramenta de divulgação científica sobre mamíferos. In: SEMANA DA BIOLOGIA DA UFES, 12., 2021, Vitória. **Anais [...]** Vitória: Universidade Federal do Espírito Santo, 2021. Disponível em:

<https://periodicos.ufes.br/sebivix/article/view/34700#:~:text=Unindo%20a%20paix%C3%A3o%20pela%20mastozoologia,abordar%20o%20cotidiano%20de%20cientistas>. Acesso em: 16 jul. 2022.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999. Disponível em: <https://mundonativodigital.files.wordpress.com/2016/03/cibercultura-pierre-levy.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2022.

LUNA, Liliana. **O uso do Instagram como meio de divulgação científica: um estudo do perfil “Tem Física aí?”**. 2019. 70 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Física) – Núcleo de Formação Docente, Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2019.

Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/41272#:~:text=Title%3A-%20uso%20do%20Instagram%20como%20meio%20de%20divulga%C3%A7%C3%A3o%20cient%C3%ADfica%3A%20um,%E2%80%9CTem%20F%C3%ADsica%20a%C3%AD%3F%E2%80%9D.&text=Citation%3A,%E2%80%9CTem%20F%C3%ADsica%20a%C3%AD%3F%E2%80%9D>. Acesso em: 16 jul. 2022.

MAGALHÃES, Cíntia; SILVA, Evanilda; GONÇALVES, Carolina. A interface entre alfabetização científica e divulgação científica. **Revista Areté | Revista Amazônica de Ensino de Ciências**, v. 5, n. 9, p. 14-28, 2012. Disponível em:

<http://periodicos.uea.edu.br/index.php/arete/article/view/44>. Acesso em: 16 jul. 2022.

MAGALHÃES, José; PAIVA, Larissa; LIMA, Sara. Instagram como ferramenta educacional na formação de professores de língua estrangeira. **Research, Society and Development**, v.

10, n. 3, p. e42810313445, 21 mar. 2021. Disponível em: <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i3.13445>. Acesso em: 16 jul. 2022.

MANSUR, Vinicius. *et al.* Da publicação acadêmica à divulgação científica. **Cadernos de Saúde Pública**, [s.l.], v. 37, n. 7, 2021. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/csp/a/FtDTDQBy7RLbdXhBBfKSZXx/?lang=pt>. Acesso em: 16 jul. 2022.

MARANDINO, Martha; ISZLAJI, Cynthia; CONTIER, Djana. A divulgação da ciência por meio da mídia: análise textual de websites. **XIV Reunião Bienal da Rede de Popularização da Ciência e Tecnologia da América Latina e do Caribe (REDPOP – UNESCO)**. Medellín, Colombia, 2015. Disponível em: <http://www.geenf.fe.usp.br/v2/wp-content/uploads/2015/08/A-divulgacao-da-ciencia-por-meio-da-midia-analise-textual-de-websites.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2022.

MARTELETO, Regina. Análise de redes sociais-aplicação nos estudos de transferência da informação. **Ciência da informação**, [s.l.], v. 30, n. 1, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ci/a/6Y7Dyj4cVd5jdRkXJVxhxqN/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 16 jul. 2022.

MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu. C.; BRITO, Fátima. **Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência, 2002. Disponível em: <https://www.museudavida.fiocruz.br/index.php/publicacoes/livros/747-tcc-54>. Acesso em: 16 jul. 2022.

MASSARANI, Luisa. **A divulgação científica no Rio de Janeiro**: algumas reflexões sobre a década de 20. 1998. 127 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/26368370\\_A\\_divulgacao\\_cientifica\\_no\\_Rio\\_de\\_Janeiro\\_alguas\\_reflexoes\\_sobre\\_a\\_decada\\_de\\_1920#:~:text=Abstract,cientistas%20e%20acad%C3%AAmicos%20nessas%20atividades](https://www.researchgate.net/publication/26368370_A_divulgacao_cientifica_no_Rio_de_Janeiro_alguas_reflexoes_sobre_a_decada_de_1920#:~:text=Abstract,cientistas%20e%20acad%C3%AAmicos%20nessas%20atividades). Acesso em: 16 jul. 2022.

MENEGUSSE, Raquel; SILVA, Thamyres; GOMES, Fernando. Divulgação Científica: o uso de redes sociais para divulgação de trabalhos acadêmicos. **ANALECTA-Centro Universitário Academia, Juiz de Fora, MG**, v. 7, n. 2, 2022. Disponível em: <http://seer.uniacademia.edu.br/index.php/ANL/article/view/3086>. Acesso em: 16 jul. 2022.

NAVAS, Ana. *et al.* Divulgação Científica como forma de compartilhar conhecimento. **CoDAS**, São Paulo, v. 32, n. 2, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/codas/a/JfNFdWM4Qr3rkqmRWHCWLm/?lang=pt#:~:text=Em%20tempos%20em%20que%20a,do%20conhecimento%2C%20acess%C3%ADvel%20e%20veloz>. Acesso em: 16 jul. 2022.

OLIVEIRA, Priscila. **Manual interativo de utilização do Instagram como ferramenta pedagógica**. Rio Pomba: [s. n.], 2020. *E-book* (29 p.). Disponível em: <http://educapes.capes.gov.br/handle/capes/583194>. Acesso em: 16 jul. 2022.

PAVLOV, Alexey. *et al.* Does your lab use social media?: Sharing three years of experience in science communication. **Bulletin of the American Meteorological Society**, [s.l.], v. 99, n. 6, p. 1135-1146, 2018. Disponível em: <https://journals.ametsoc.org/view/journals/bams/99/6/bams-d-17-0195.1.xml>. Acesso em: 16 jul. 2022.

PINCELLI, Renato.; AMÉRICO, Marcos. Divulgação Científica: Aspectos históricos, teóricos, audiovisuais e humorísticos. **Programa de Pós-graduação em Mídia e Tecnologia da UNESP – ORCID**, [s.l.], [s.v.], [s.n.], 2018. Disponível em: <http://www.inscricoes.fmb.unesp.br/upload/trabalhos/2018115161532.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2022.

POLIDORO, Lurdes; STIGAR, Robson. A Transposição Didática: a passagem do saber científico para o saber escolar. **Revista de Teologia & Cultura**, São Paulo, SP, n. 27, 2010. Disponível em: [http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos\\_teses/2010/Ensino\\_religioso/transposicao\\_didatica.pdf](http://www.educadores.diaadia.pr.gov.br/arquivos/File/2010/artigos_teses/2010/Ensino_religioso/transposicao_didatica.pdf). Acesso em: 16 jul. 2022.

ROCHA, Maria. **Divulgação Científica no Instagram: os novos horizontes do Quimidex**. 53 f. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Química) – Centro de Ciências Físicas e Matemáticas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/234149>. Acesso em: 16 jul. 2022.

RODRIGUES, Wallace. *et al.* A utilização das redes sociais na educação: o caso do Instagram. **Almanaque multidisciplinar de pesquisa**, v. 8, n. 2, 2021. Disponível em: <http://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/amp/article/download/5995/3577>. Acesso em: 16 jul. 2022.

RUSSMANN, Uta; SVENSSON, Jakob. Studying organizations on Instagram. **Information**, [s.l.], v. 7, n. 4, p. 58, 2016. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/309320027\\_Studying\\_Organizations\\_on\\_Instagram](https://www.researchgate.net/publication/309320027_Studying_Organizations_on_Instagram). Acesso em: 16 jul. 2022.

SANTOS, Carla. **Estatística Descritiva: Manual de Auto-Aprendizagem**. 3. ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2018. Disponível em: <https://static.fnac-static.com/multimedia/PT/pdf/9789726189688.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2022.

SILVA, Henrique. O que é divulgação científica? **Ciência & Ensino**, Piracicaba, vol. 1, n. 1, 2006. Disponível em: <https://pt.slideshare.net/leberonmoura/o-que-divulgao-cientifica-henrique-csar-da-silva>. Acesso em: 16 jul. 2022.

SILVA, Tatiana; SILVA, Sandra; CASTRO, Carla. Divulgação científica no Instagram: instrumento de sensibilização para preservação de espécies de primatas do litoral norte da Paraíba. **Educação Ambiental em Ação**, [s. l.], v.19, n. 74, 2021. Disponível em: <https://www.revistaea.org/artigo.php?idartigo=4106#:~:text=Nessa%20perspectiva%2C%20foi%20criado%2C%20no,a%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Ambiental%20n%C3%A3o%20formal>. Acesso em: 16 jul. 2022.

TONIAZZO, Rafael. *et al.* **Divulgação científica digital de três instituições públicas de ciência e pesquisa de Roraima**. 2021. 101 f. Dissertação (Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação) – Programa de Pós-graduação, Universidade Federal de Roraima, Boa Vista, 2021. Disponível em: <http://repositorio.ufr.br:8080/jspui/handle/prefix/679>. Acesso em: 16 jul. 2022.

VALEIRO, Palmira; PINHEIRO, Lena. Da comunicação científica à divulgação. **TransInformação**, Campinas, v. 20, n. 2, p. 159-169, 2008. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/116012>. Acesso em: 16 jul. 2022.

VASCONCELOS, Lucas. **Divulgação científica do projeto Pró-Parreão I no Instagram na pandemia da Covid-19**. 2021. 47 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Biológicas) – Centro de Ciências, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/60438>. Acesso em: 16 jul. 2022.

YIN, Robert. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Tradução: Daniel Grassi. 2. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001. Disponível em: [https://saudeglobaldotorg1.files.wordpress.com/2014/02/yin-metodologia\\_da\\_pesquisa\\_estudo\\_de\\_caso\\_yin.pdf](https://saudeglobaldotorg1.files.wordpress.com/2014/02/yin-metodologia_da_pesquisa_estudo_de_caso_yin.pdf). Acesso em: 16 jul. 2022.

## APÊNDICE A – QUADRO COM AS POSTAGENS

<b>Nº</b>	<b>Data</b>	<b>Postagem</b>	<b>Formato visual</b>	<b>Classificação</b>	<b>Abrangência</b>
1	31/05/21	Vamos conhecer o Ictioplâncton?	Carrossel	Tema geral	Global
2	21/06/21	Microplástico: o que sabemos sobre um dos maiores poluentes dos mares?	Carrossel	Tema geral	Global
3	05/05/21	patrimônio cultural subaquático	Carrossel	Tema geral	Regional
4	12/06/21	ecossistema marinho e costeiro brasileiro	Carrossel	Tema geral	Global
5	14/07/21	conservação costeira e marinha	Carrossel	Artigo	Global
6	19/06/21	Vamos falar de produtividade?	Carrossel	Tema geral	Global
7	26/06/21	Meroplâncton: você conhece esses organismos?	Carrossel	Tema geral	Global
8	06/06/21	Larvas e ovos de peixes no microscópio	Vídeo	Livre	Global
9	11/08/21	Será que os microplásticos surgem apenas da fragmentação de pedaços maiores?	Carrossel	Tema geral	Global
10	23/08/21	Você sabe o que é PELD?	Carrossel	Projeto	Regional
11	01/09/21	Eixo 1 do PELD	Carrossel	Projeto	Regional
12	13/09/21	Manguezais: porque são importantes?	Carrossel	Tema geral	Global
13	27/09/21	Monitoramento do Zooplâncton no projeto cagece	Carrossel	Projeto	Local
14	20/01/22	Copépode BBB	Carrossel	Livre	Global
15	22/01/22	espécie exótica vs espécie nativa: quem ganha essa competição?	Carrossel	Espécie	Global
16	23/02/22	I-PLASTIC: Quais as rotas dos plásticos para chegar ao ambiente marinho?	Carrossel	Projeto	Global
17	25/02/22	Coleta do projeto internacional I-PLASTIC	Carrossel	Projeto	Regional
18	02/03/22	O que é carbono azul?	Reels	Livre	Global
19	05/03/22	Os manguezais brasileiros e sua diversidade microbiana	Carrossel	Artigo	Regional
20	08/03/22	Ovos e larvas de peixes: lembram do ictioplancton?	Carrossel	Tema geral	Global
21	11/03/22	Dia de planctólogo pelo PELD CSB: Trabalhando com ictioplancton	Reels	Rotina	Regional
22	20/03/22	Peixe-Leão é encontrado no Nordeste	Carrossel	Notícia	Regional
23	21/03/22	Da série corais moles: Conheçam as gorgonias	Carrossel	Tema geral	Global
24	27/03/22	Gorgonias: o que comer para ficar mais forte?	Carrossel	Artigo	Global

## APÊNDICE B – TABELA DE MÉTRICAS

Postagem	Alcance n (%)	Curtidas n (%)	Comentários n (%)	Compartilhamentos n (%)	Salvamentos n (%)
<b>1</b>	350 (2,17)	<b>97 (4,75)</b>	<b>9 (10,23)</b>	<b>34 (8,42)</b>	<b>13 (6,34)</b>
<b>2</b>	464 (2,88)	<b>123 (6,02)</b>	<b>10 (11,36)</b>	<b>42 (10,40)</b>	<b>24 (11,71)</b>
<b>3</b>	287 (1,78)	<b>66 (3,23)</b>	1 (1,14)	<b>18 (4,46)</b>	7 (3,41)
<b>4</b>	251 (1,56)	50 (2,45)	1 (1,14)	15 (3,71)	5 (2,44)
<b>5</b>	263 (1,63)	48 (2,35)	<b>4 (4,55)</b>	7 (1,73)	2 (0,98)
<b>6</b>	234 (1,45)	33 (1,62)	2 (2,27)	2 (0,50)	4 (1,95)
<b>7</b>	384 (2,39)	80 (3,92)	3 (3,41)	14 (3,47)	4 (1,95)
<b>8</b>	381 (2,37)	53 (2,59)	0 (0,00)	8 (1,98)	4 (1,95)
<b>9</b>	336 (2,09)	61 (2,99)	2 (2,27)	2 (0,50)	8 (3,90)
<b>10</b>	271 (1,68)	54 (2,64)	<b>4 (4,55)</b>	1 (0,25)	2 (0,98)
<b>11</b>	222 (1,38)	38 (1,86)	3 (3,41)	2 (0,50)	3 (1,46)
<b>12</b>	348 (2,16)	82 (4,01)	3 (3,41)	4 (0,99)	5 (2,44)
<b>13</b>	543 (3,37)	<b>145 (7,10)</b>	<b>5 (5,68)</b>	0 (0,00)	<b>11 (5,37)</b>
<b>14</b>	567(3,52)	74 (3,62)	<b>4 (4,55)</b>	12 (2,97)	4 (1,95)
<b>15</b>	463 (2,88)	60 (2,94)	2 (2,27)	7 (1,73)	5 (2,44)
<b>16</b>	470 (2,92)	70 (3,43)	<b>4 (4,55)</b>	<b>25 (6,19)</b>	7 (3,41)
<b>17</b>	423 (2,63)	56 (2,74)	0 (0,00)	5 (1,24)	3 (1,46)
<b>18</b>	<b>3488 (21,67)</b>	<b>166 (8,13)</b>	<b>5 (5,68)</b>	<b>29 (7,18)</b>	<b>18 (8,78)</b>
<b>19</b>	488 (3,03)	45 (2,20)	0 (0,00)	10 (2,48)	<b>9 (4,39)</b>
<b>20</b>	690 (4,29)	<b>100 (4,89)</b>	3 (3,41)	<b>21 (5,20)</b>	8 (3,90)
<b>21</b>	<b>2099 (13,04)</b>	<b>138 (6,75)</b>	<b>18 (20,45)</b>	<b>17 (4,21)</b>	8 (3,90)
<b>22</b>	<b>1641 (9,25)</b>	<b>213 (9,89)</b>	0 (0,00)	<b>103 (25,50)</b>	<b>19 (9,27)</b>
<b>23</b>	<b>1028 (6,39)</b>	<b>147 (7,20)</b>	<b>4 (4,55)</b>	<b>21 (5,20)</b>	<b>26 (12,68)</b>
<b>24</b>	555 (3,45)	55 (2,69)	1 (1,14)	5 (1,24)	6 (2,93)
<b>Total</b>	16246 (100,0)	2054 (100,0)	88 (100,0)	406 (100,0)	205 (100,0)
<b>Média</b>	676	85	4	17	9