



## CURIOSAMENTE: DIVULGANDO NEUROCIÊNCIA DE FORMA DESCOMPLICADA

RICARDO NETTO GOULART<sup>1</sup>; CAROLINE GHELLER<sup>2</sup>; EDUARDO LINHARES<sup>3</sup>;  
STEFANIE BENTO<sup>4</sup>; ADRIANA LOURENÇO DA SILVA<sup>5</sup>

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – ricardonettogoulart@gmail.com

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – carolinedbgheller@gmail.com

<sup>3</sup>Universidade Federal de Pelotas – dud.linhares1@gmail.com

<sup>4</sup>Universidade Federal de Pelotas – stefaniebentomena@hotmail.com

<sup>5</sup>Universidade Federal de Pelotas – adrilourenco@gmail.com

### 1. INTRODUÇÃO

A neurociência é o campo científico que busca compreender funcionamento do sistema nervoso de maneira interdisciplinar, reunindo estudos relacionados à evolução, fisiologia, anatomia, dentre outros. Publicações abordando notícias relacionadas a esse tema são cada vez mais frequentes nos meios de comunicação, principalmente nas mídias sociais digitais, as quais, muitas vezes são baseadas em conteúdos parcialmente ou integralmente incorretos (NATURE, 2003), gerando disseminação de falsas informações (BALL & MAXMEN, 2020).

Considerando esses fatores, é possível perceber que existe interesse pelo tema por parte da sociedade, porém muitas vezes as descobertas na área de neurociências não estão em uma linguagem acessível, havendo uma possível fragilidade na transposição da informação produzida na academia para a população (PATIÑO, PADILLA & MASSARINI, 2017).

Dessa forma, o objetivo deste projeto é ampliar divulgação neurocientífica para a comunidade; buscando o fácil acesso e compreensão. Inicialmente havia a pretensão do formato presencial, contudo devido à pandemia de COVID-19 e as recomendações de distanciamento social, o projeto foi adaptado para ser capaz de chegar à população por meio de duas redes sociais — Instagram e Facebook. Escolhidas devido a alta capilaridade e participação social (DUGGAN et al, 2013).

### 2. METODOLOGIA

O projeto carrega como missão informar o público leigo e/ou interessado em neurociências, assim como tornar públicos os artigos da área, relacionando-os com assuntos da vida cotidiana, hábitos de saúde e pesquisa, a fim de estabelecer uma interação científica que aproxime a ciência da comunidade externa e democratize o acesso ao conhecimento científico, estabelecendo condições para a chamada alfabetização científica (BUENO, 2010).

Em tempos de discursos anticiência e cibercultura, a divulgação científica se mostra necessária e um recurso importante para garantir o direito fundamental à educação, dessa forma o projeto espera contribuir para a dispersão do conhecimento científico (NETO, 2019).

Sendo assim, em 2020 o CuriosaMente iniciou suas atividades. Sendo elas realizadas em duas redes sociais, *Facebook* e *Instagram*, onde os conteúdos compartilhados nas mídias são selecionados pelo grupo de acordo com as datas comemorativas da saúde e temas que o coletivo acredita ser importante e interessante popularizar. Após isso, é criado um cronograma para a divulgação do conteúdo no qual cada estudante do grupo escolhe um assunto que mais tem afinidade e então desenvolve o material para disseminação no Facebook e Instagram. Pelo fato de o Instagram ser uma mídia extremamente visual, foi criado um padrão estético, onde cada semana corresponde a um tema diferente; sendo

três os posts semanais. Deste modo, cada tópico equivale a uma linha horizontal completa (Figura 1).



**Figura 1.** Captura de tela do *Feed* do CuriosaMente no *Instagram*.

Anterior à data de postagem a arte criada é apresentada, debatida e revisada pelos colaboradores e professores durante as reuniões que ocorrem semanalmente, via plataforma *WebConf* ou *Google Meet*, e só então é finalmente compartilhada. A ferramenta *stories* também é utilizada para propor *quizzes* interativos conforme o teor semanal, a fim de criar um ambiente aberto para troca de conhecimento entre os membros do projeto e seguidores da página, onde quaisquer questionamentos poderão ser discutidos e respondidos via esses espaços.

Ademais, no processo ativo de criação do material também são consideradas as sugestões enviadas por meio de mensagens pessoais, comentários nas postagens e pesquisas através de enquetes. Fatores que fomentam uma participação ativa da comunidade e que buscam alimentar o público com temas do seu interesse — a partir da perspectiva da Neurociência.

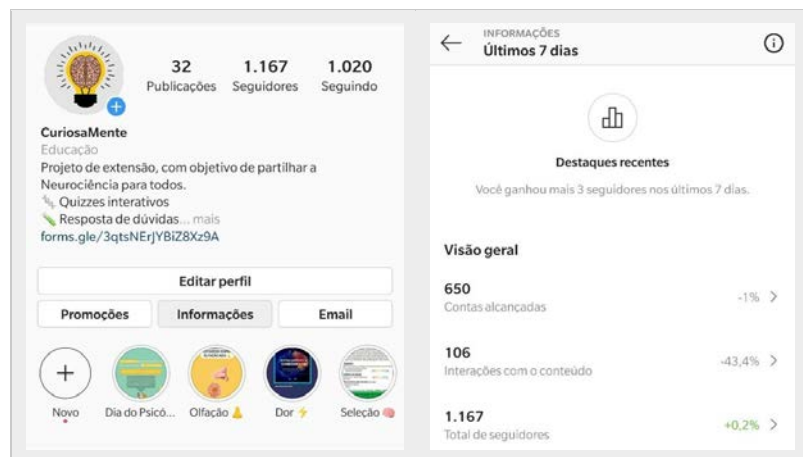
### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

A aferição dos resultados ocorreu por meio de painéis desenvolvidos para criadores, contidos na plataforma aqui avaliada — o *Instagram*. Os dados relacionados à página do *Facebook* ainda se mostram insuficientes para a realização da interpretação; possivelmente devido ao início tardio das atividades na plataforma. Dessa forma, traremos dados referentes a somente uma das plataformas.

Dentre as informações compartilhadas para os criadores (Figura 2), estão: número de contas alcançadas, as interações do público com o conteúdo e o perfil detalhado dos seguidores. Sendo assim, foi possível delimitarmos quais são os segmentos onde possuímos maior adesão e, mais ainda, qual a representação do público que ainda não entrou em contato conosco.

Acerca do número de seguidores, notamos que desde a criação do primeiro post até o presente dia foram angariados cerca de 1167 seguidores; sendo este um período de 76 dias. Quanto a análise dos demais dados aqui apresentados, estes contemplam informações referentes à terceira semana do mês de setembro

de 2020.

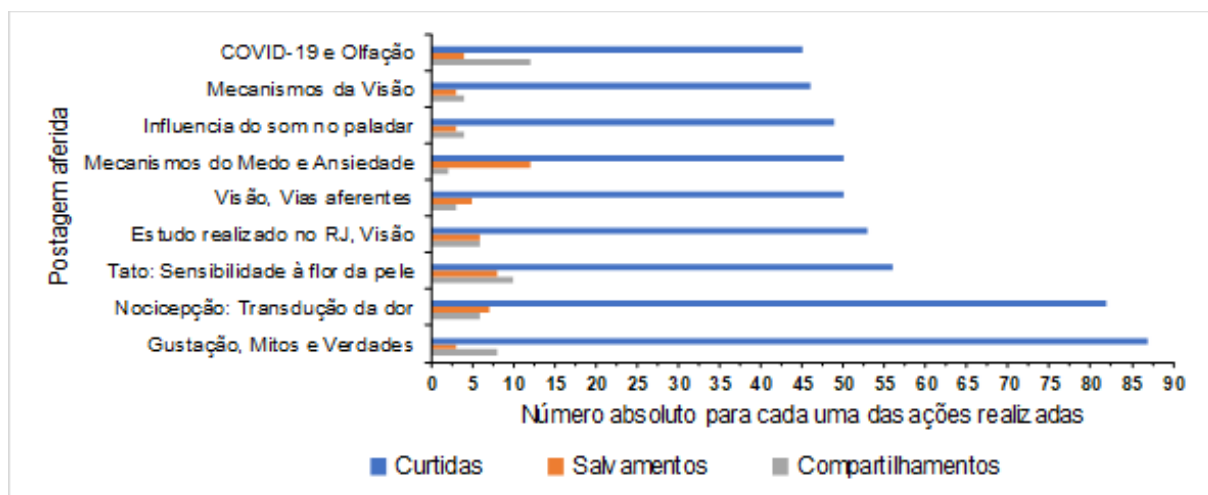


**Figura 2.** Captura de tela do painel de informações do *Instagram*.

Ao adentrarmos nas informações relacionadas às contas alcançadas verificamos que, dentro dos 7 dias citados, foram 650 contas que entraram em contato conosco. Sendo inclusive verificável o dia da semana com maior prevalência de acessos; que na amostra realizada era a terça-feira (365 contas). Ademais, foram 97 as visitas ao perfil e 25 os toques ao site. Esses indicadores representam a busca do público por mais informações acerca das postagens em nosso perfil e no que o *link* contido na página inicial, que leva a uma pasta na nuvem com as referências utilizadas nas publicações.

Dentre as informações sobre as interações com o conteúdo, é possível notarmos que foram obtidas nesse período 106 interações. Dentre elas: 84 curtidas, 1 comentários, 16 salvamentos e 6 compartilhamentos — sendo elas referentes às últimas 3 postagens da página.

Os dados referentes aos seguidores delimitam o público permeado pelas atividades da página. Sendo que estas informações são referentes aos 1167 seguidores citados previamente. Para a localização, vemos que a maior prevalência advém de Pelotas (54%) seguida por Porto Alegre (7.6%) e Rio de Janeiro (2.9%). Dentre estes, 37% se encontram na faixa etária entre os 25-34 anos, seguido pelos 18-24 anos (36%) e 35-44 anos de idade (17%); com a prevalência de 69% de mulheres e 31% de homens.



**Figura 3.** Análise do número de curtidas, salvamentos e compartilhamentos para o espectro das 9 postagens com maior alcance.

Ademais, ao analisarmos individualmente as postagens com maior alcance (Figura 3) verificamos que para o parâmetro de curtidas o número mais expressivo ( $n=87$ ) ocorre na postagem que aborda de forma diferente a gustação; com seus mitos e verdades. Quanto aos salvamentos, a postagem que trata do medo e ansiedade possui a maior prevalência ( $n=12$ ). Além das duas medidas, também observamos os compartilhamentos. Nele, estão contidos o número de vezes no qual aquela publicação foi enviada para outro usuário do *Instagram* — o maior número de compartilhamentos ocorre na postagem que trata de COVID-19 e Olfacção. Ao interpretarmos os dados, vemos que os números mais expressivos — nessa amostra — quase sempre lidam com a identificação pessoal, sendo ela por tópicos com uma diferente abordagem (gustação), pelo entendimento de sentimentos que estão presentes no nosso dia-a-dia ou, ainda, pela visão de como funciona um dos sintomas da doença que mais traz ansiedade para a população nos dias de hoje.

#### 4. CONCLUSÕES

Diante dos resultados obtidos, torna-se evidente a eficiência da divulgação dos tópicos pelo projeto até o dado momento. Entretanto, se faz necessário ressaltar a necessidade de diferentes formas de abordagem para que cada vez mais pessoas consigam ter acesso a estas informações e, dessa forma, ocorra a consolidação de uma via de mão dupla entre seguidores e colaboradores para a criação dos materiais.

De forma geral, a integração dos saberes acadêmicos com a comunidade externa à universidade permite com que cada vez mais pessoas tenham acesso a materiais com maiores níveis de confiança. E, por consequência, há exponencialmente uma maior exposição e possibilidade de interesse pela universidade. Sendo assim, com a continuidade dos pontos positivos e adaptação para melhor atender a todos, podemos acreditar que o projeto possui um futuro promissor, com a pretensão do desenvolvimento dos conteúdos com a comunidade de forma presencial; possibilitando a troca de saberes direta, entre comunidade extra e intra-acadêmica.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BALL, Philip; MAXMEN, Amy. The epic battle against coronavirus misinformation and conspiracy theories. **Nature**, v. 581, n. 7809, p. 371–374, 2020.
- BARBA, Maria; GONZÁLEZ, Jorge; MASSARANI, Luisa. **Diagnóstico de la divulgación de la ciencia em America Latina: una mirada a la práctica em el campo**. 2013.
- BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, n. 1esp, p. 1, 2010.
- DUGGAN, Maeve; BRENNER, Joanna. **The Demographics of Social Media Users -2012**. [s.l.: s.n.], 2013.
- MARTINS, Fernanda; SHOITI, Cesar; JOÃO PAULO COIMBRA NETO. Educação, direitos humanos e cidadania: fundamentos para a inclusão escolar da pessoa com deficiência. **Revista Interdisciplinar de Direitos Humanos**, v. 7, n. 1, p. 173–190, 2019.
- NATURE. Brain myths. **Nature Neuroscience**, v. 6, n. 2, p. 99–99, 2003.