

O USO DA REDE SOCIAL *INSTAGRAM* COMO INSTRUMENTO DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DO LABORATÓRIO DE CONTROLE DE CONTAMINANTES EM BIOMATERIAIS

MARINA SEYFFERT XAVIER¹; TAMIRES DA CONCEIÇÃO RAMIRES²; FILIPE SOARES RONDAN³; LARISSA CRISTINE ANDRADE DA COSTA⁴; JULIANA CHAVES ELIAS SANTOS⁵; MÁRCIA FOSTER MESKO⁶

¹*Universidade Federal de Pelotas - marinaseyffert@outlook.com*

²*Universidade Federal de Pelotas - tamires.ramires@hotmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas - fsrondan@gmail.com*

⁴*Universidade Federal de Pelotas - cristine.andradec@gmail.com*

⁵*Universidade Federal de Pelotas - julliana-c-e@hotmail.com*

⁶*Universidade Federal de Pelotas - marciamesko@yahoo.com.br*

1. INTRODUÇÃO

Tradicionalmente, a divulgação científica é feita por meio de revistas, livros e jornais voltados ao assunto. Com a democratização do acesso à internet e às redes sociais pela população mundial, o modo como se fala sobre ciência está mudando. Segundo a última pesquisa feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) realizada em 2019, 82,7% dos domicílios brasileiros possuem acesso à internet, sendo mais comum o uso de aparelhos de telefone celular. Das pessoas com acesso à internet, 88,1% delas são estudantes, sendo a maioria deles da rede privada (IBGE, 2019). As redes sociais são consideradas novidades, tanto no cotidiano quanto no uso científico, mas mesmo sendo novos meios de comunicação, cerca de 55% da população mundial tem acesso a redes como *Facebook*, *WhatsApp* e *Instagram* (KEMP, 2021).

Criado em 2010, o *Instagram* é o sexto aplicativo de mídia social mais utilizado no mundo. No Brasil, ele ocupa a quarta colocação, com mais de 95 milhões de usuários (VOLPATO, 2021). Este aplicativo foi pensado e desenvolvido para a divulgação de fotos e vídeos em *smartphones*, no qual perfis de usuários podem ser seguidos e seguir outros perfis. Hoje em dia, após atualizações, o *Instagram* também pode ser acessado e utilizado em computadores e *notebooks*. A interação é feita por meio de curtidas, comentários públicos ou mensagens diretas, sendo esta última privada aos demais usuários que estão envolvidos (MOREAU, 2018).

Tendo como objetivo aproximar a sociedade da ciência, a divulgação científica feita por meio de redes sociais pode fazer uso de uma linguagem mais cotidiana para atrair um público diferente, não necessariamente ligado a alguma área da ciência, democratizando o acesso da população à ciência. A barreira de linguagem pode ser citada como uma das dificuldades vistas pelos/as cientistas para informar a população geral sobre as notícias do mundo científico (TOSTES, 2006). Atualmente, a rede social mais utilizada por educadores e cientistas, para divulgar seus trabalhos e modificar o método tradicional de ensino, é o *Facebook*, uma vez que esta é a rede mais utilizada no mundo. O *Instagram* vem ganhando espaço por ser um aplicativo relativamente fácil de ser usado e pelas suas diferentes ferramentas, citadas anteriormente, adicionadas ao longo do tempo, o que chamou a atenção de professores/as e cientistas (PEREIRA, 2021).

O Laboratório de Controle de Contaminantes em Biomateriais, LCCBio, faz parte do Centro de Ciências Químicas, Farmacêuticas e de Alimentos (CCQFA) da



Universidade Federal de Pelotas (UFPel) e desenvolve pesquisas na área da Química Analítica. As pesquisas desenvolvidas estão atreladas às linhas de pesquisa dos Programas de Pós-Graduação em Química (PPGQ), em Bioquímica e Bioprospecção (PPGBBio) e em Ciência e Tecnologia de Alimentos (PPGCTA). As pesquisas visam o desenvolvimento de novos métodos, principalmente que atendam aos princípios da Química Verde, e suas aplicações para determinação de metais, metaloides e não-metais (especialmente os halogênios). Com o objetivo de ampliar a divulgação científica para a comunidade em geral, no início de 2020, o grupo do LCCBio criou um perfil no *Instagram*. Desta forma, o presente trabalho teve como objetivo conhecer melhor o público que faz parte do perfil de seguidores da página @lccbio no *Instagram*, bem como avaliar como as publicações estão sendo recebidas pelo público que segue o perfil na rede social.

2. METODOLOGIA

Para a realização desta pesquisa, foi utilizada uma conta comercial de *Instagram* pré-existente (@lccbio), criada em março de 2020, gerenciada pelo grupo do LCCBio. Foi feito o planejamento de uma publicação por semana durante cinco meses, levando a um total de 20 publicações feitas no *feed* da página, na intenção de divulgar um assunto por semana com temática ligada a diferentes áreas da química. Para obter informações sobre o público e avaliar os resultados destas publicações, foram formuladas perguntas, tanto objetivas quanto subjetivas, para que as ferramentas do aplicativo pudessem ser utilizadas, sendo elas em formato de enquetes, caixa de respostas e testes de múltipla escolha. As questões foram elaboradas para avaliar a rede social como um método de divulgação científica. Estas questões foram publicadas, variando de 2 a 4 enquetes diárias, pela ferramenta *Story* ao longo de cinco dias consecutivos, com um intervalo de 24 h entre elas, sempre no horário das 18 h. Para obter um maior número de respostas nos *stories*, no dia 1 foi feita a publicação de uma foto no *feed*, com intuito de informar aos seguidores da página que as enquetes da pesquisa estavam disponíveis para quem estivesse disposto a responder. Após a coleta de dados, estes foram tratados com a utilização do software Microsoft Excel (versão 2019) para que pudessem ser feitas análises quantitativas a partir das respostas dos participantes. Além das perguntas, foram utilizadas as métricas disponibilizadas pelo aplicativo para a medição de alcance de perfis, interação dos seguidores com o perfil e para a extração de informações, como gênero, localização, faixa etária e em qual horário estes estão mais ativos na rede social. Sendo assim, foi formado o banco de dados dessa pesquisa, após filtragem e síntese de informações fornecidas (PEREIRA, 2021).

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O perfil do @lccbio possui um total de 433 seguidores e, nas 20 postagens publicadas no *feed*, obteve um alcance médio de 247 pessoas, o que representa cerca de 60% do total de seguidores. Apesar do alcance ser relativamente alto, as publicações tiveram uma média de 40 curtidas, cerca de 10% do público. Nos *stories*, onde as questões foram publicadas, foi obtido um alcance médio de cerca de 26% dos seguidores na semana das publicações. Desta parcela, obteve-se uma



média de respostas diferentes para cada formato de pergunta, sendo nas subjetivas (caixa de perguntas) uma média de 2 respostas, e para as objetivas (testes de múltipla escolha e enquetes) uma média de 28 respostas. Esta discrepância entre as respostas objetivas e subjetivas pode ser caracterizada pelo fato de que a primeira deveria ser utilizada apenas se o participante não encontrasse uma opção válida entre as opções objetivas.

Fazendo uma divisão por gênero e idade, podemos perceber que a maioria do público identifica-se com o gênero feminino (74%), e que 43,2% está na faixa etária entre 25 à 34 anos. Quando questionados qual a sua ocupação, 93% dos seguidores que participaram da pesquisa disseram ser estudantes, 3,5% professores e 3,5% outras profissões. Dos estudantes, a maioria faz parte da graduação e da pós-graduação, estes correspondem a 97% do total de respostas, apenas uma pessoa respondeu ser estudante do ensino médio. Dos professores, foi obtida uma resposta para ensino médio, uma para pós-graduação e duas para graduação. Foi perguntado também por onde os seguidores haviam conhecido o @lccbio, 54,5% das pessoas disseram ter sido pela da universidade, 25% pelo próprio aplicativo e 20,5% por indicações, sendo a maioria por indicações dos integrantes do grupo. Cerca de 88% dos participantes responderam que o conteúdo postado pelo perfil faz parte da sua jornada de estudo ou trabalho, quando questionados sobre o conteúdo das postagens.

Quanto às publicações, apenas duas pessoas que participaram da pesquisa disseram não acompanhar as postagens no *feed* da página, correspondendo a 11% das respostas. Os participantes foram questionados sobre qual assunto publicado no *feed* e nos *stories* eles consideram mais interessante, 76% das pessoas responderam gostar mais das publicações que contém informações sobre os elementos químicos, 33% afirmam gostar dos *posts* que informam sobre as profissões do ramo da química e 4% responderam que preferem as divulgações de eventos e palestras. Foi perguntado qual modo de publicação chama mais a atenção do público, 50% responderam que o melhor formato seria a publicação de fotos no *feed* da página, 33% preferem a modalidade *reels*, 11% preferem o *story*, e 6% gostam mais que sejam publicados vídeos no *feed*.

Quando questionados se os participantes seguiam mais algum perfil no *Instagram* que faz uso da rede social para divulgação científica, 97% dos participantes responderam que sim, 100% destes consideram a divulgação por meio de publicações de fotos no *feed* da página um método satisfatório. Dos participantes desta pesquisa, 100% responderam que indicariam o @lccbio como página de divulgação científica.

4. CONCLUSÕES

Pode-se perceber que o perfil do @lccbio no *Instagram*, como método de divulgação científica, é mais popular entre jovens estudantes da área de pesquisa do grupo e está sendo aceito para a finalidade que foi proposto. O método se mostra eficaz entre o público atual, e espera-se que a disseminação deste portal de conteúdo chegue a outros públicos, como estudantes de todos os níveis, por meio de oficinas nas escolas e divulgação por outros sites e perfis nas redes sociais, bem como para as demais pessoas da sociedade.



5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BUENO, Wilson Costa. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, [S.L.], v. 15, n. , p. 1-12, 16 dez. 2010. Universidade Estadual de Londrina. <http://dx.doi.org/10.5433/1981-8920.2010v15nesp.p1>.

CARPENTER, Jeffrey P. *et al.* How and why are educators using Instagram? **Teaching And Teacher Education**, [S.L.], v. 96, p. 103-149, nov. 2020. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tate.2020.103149>.

CHAN, Tammy Tim Wai; LAM, Apple Hiu Ching; CHIU, Dickson K.W.. From Facebook to Instagram: exploring user engagement in an academic library. **The Journal Of Academic Librarianship**, [S.L.], v. 46, n. 6, p. 102229, nov. 2020. Elsevier BV. <http://dx.doi.org/10.1016/j.acalib.2020.102229>.

IBGE. **Pesquisa nacional por amostra de domicílios: Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal 2019**. Brasil: IBGE, 2019. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/index.php/biblioteca-catalogo?view=detalhes&id=2101794> Acesso em: 14 jul. 2021.

KEMP, Simon. **DIGITAL 2021 APRIL GLOBAL STATSHOT REPORT**. 2021. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-april-global-statshot>. Acesso em: 15 jul. 2021.

MOREAU, Elise. **What Is Instagram, Anyway?** 2018. Disponível em: https://www.cteonline.org/download/files/resource/84478/What_is_Instagram.pdf. Acesso em: 19 jul. 2021.

PEREIRA, Gabriele Cristina Catosso. **Instagram como instrumento de Divulgação Científica para a Biologia**. 2021. 67 f. TCC (Graduação) - Curso de Licenciatura em Ciências Biológicas, Centro de Ciências Humanas e Biológicas, Universidade Federal de São Carlos, Sorocaba, 2021. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/14096>. Acesso em: 16 jul. 2021.

TOSTES, Raimundo Alberto. A IMPORTÂNCIA DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA. **Revista Acadêmica: Ciência Animal**, Curitiba, v. 4, n. 25, p. 73-74, 15 out. 2006. Pontifícia Universidade Católica do Paraná - PUCPR. <http://dx.doi.org/10.7213/cienciaanimal.v4i4.9540>.

VOLPATO, Bruno. **Ranking: as redes sociais mais usadas em 2021 no brasil e no mundo, insights e materiais gratuitos. as redes sociais mais usadas em 2021 no Brasil e no mundo, insights e materiais gratuitos.** 2021. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>. Acesso em: 15 jul. 2021