

ESTRATÉGIAS DO PERFIL @GENESTRUT PARA ALCANÇAR NOVOS PERFIS E AUMENTAR O ENGAJAMENTO

MARIANA CAVALCANTI NASCIMENTO⁴; LUCAS PETITEMBERTE DE SOUZA²;
HADASSA GABRIELA ORTIZ³; LAÍS DOS SANTOS GONÇALVES⁴; LUANA
FERREIRA VIANA DOS REIS⁵; MARIANA HÄRTER REMIÃO⁶

¹Universidade Federal de Pelotas – marianacbiotec@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – lucasouza.contato@gmail.com

³Universidade Federal de Pelotas – hortizhadassa@gmail.com

⁴Universidade Federal de Pelotas – laisdsantosg@gmail.com

⁵Universidade Federal de Pelotas – luanafvreis@gmail.com

⁶Universidade Federal de Pelotas – mariana.remiao@ufpel.edu.br

1. INTRODUÇÃO

Atualmente, é sabido do crescente uso das redes sociais resultando em uma maior facilidade de criação e propagação exponencial de conteúdos online, tornando-se ferramentas de grande alcance para a sociedade (Pretto, Lapa e Coelho, 2021). Dessa forma, as universidades também se beneficiam ao disseminarem seus conteúdos e divulgarem a ciência nestes ambientes, pois além de possibilitarem a disseminação de entretenimento, as redes sociais têm o potencial de facilitar a comunicação profissional e acadêmica na sociedade (Wiechetek, Ł. et al, 2022).

A divulgação científica para públicos leigos exerce um papel fundamental na democratização do conhecimento. Ela cria uma ponte essencial entre a ciência e as diversas esferas da sociedade, permitindo uma compreensão mais profunda de distintos aspectos cotidianos que frequentemente parecem desconectados da ciência ou da biotecnologia. Especificamente, direcionar a divulgação para a classe leiga é crucial para esclarecer informações científicas que, de fato, afetam todas as parcelas da sociedade. Isso proporciona a oportunidade para esse grupo compreender o que está acontecendo e por que certos eventos ocorrem, em vez de restringir esse conhecimento apenas à comunidade científica. A disseminação do conhecimento científico para o público em geral contribui significativamente para uma sociedade mais informada e capacitada a tomar decisões embasadas em evidências (Christian V. et al, 2018).

Nesse sentido, criou-se em julho de 2022, na rede social Instagram, o perfil do Laboratório de Genômica Estrutural (GenEstrut) do Núcleo de Biotecnologia do Centro de Desenvolvimento Tecnológico (CDTec) da Universidade Federal de Pelotas (UFPEL). O perfil @genestrut tem como objetivo divulgar, de forma acessível, as inovações científicas e tecnológicas do grupo para a comunidade. Tal projeto de extensão traz conteúdos como produções do grupo, notícias de cunho científico, divulgação dos membros da equipe, registros da rotina no laboratório e apresentação das linhas de pesquisa e produções envolvidas com o GenEstrut.

Com a finalidade de estar cada vez mais próximo da população e de suas preferências, a equipe do projeto tem buscado aplicar estratégias que atraiam novos seguidores, bem como que chamem a atenção daqueles que já seguem o perfil. Sendo assim, o objetivo do trabalho é apresentar tais estratégias e trazer os resultados obtidos até o momento desde a criação do perfil @genestrut.

2. METODOLOGIA

2.1 Delineamento do projeto

O projeto de criação do perfil @genestrut tem como título “@genestrut: um perfil de divulgação científica e tecnológica” e está depositado junto ao Conselho Coordenador do Ensino, da Pesquisa e da Extensão sob número 5775. A equipe do projeto é composta por sete integrantes, sendo: duas graduandas, duas mestrandas, um doutorando e dois professores. O público-alvo do projeto é a comunidade em geral, com enfoque naquelas interessadas pela ciência e pelas atividades que ocorrem no GenEstrut.

Para execução das atividades relacionadas ao projeto são realizadas ações como: elaboração de conteúdo para divulgação científica; postagens e interação com o público nas redes sociais; e avaliação dos índices e resultados do projeto. Foi estabelecido um compromisso de realizar reuniões mensais para estabelecer metas e prazos sobre as publicações a serem feitas. É importante destacar que o fato de todos os integrantes do projeto serem componentes do Laboratório GenEstrut faz com que o convívio diário alimente novas ideias que acabam por serem discutidas livremente, diariamente.

2.2 Estratégias

A fim de buscar novos seguidores e tornar mais atrativo o perfil para os usuários, a equipe decidiu utilizar algumas estratégias que serão aqui listadas. Uma delas é a colaboração e o compartilhamento de conhecimento por meio de postagens conjuntas com outros perfis relacionados à área de pesquisa do laboratório. Essa prática amplia a rede de contatos e oferece perspectivas diversificadas sobre os mais diversos tópicos, além de potencializar o alcance das informações ali contidas.

Outra abordagem é a de estar sempre atento às tendências do momento na internet. Ao acompanhá-las, torna-se possível relacionar as “*trends*” com as atividades laboratoriais do grupo, podendo assim contextualizar as pesquisas e projetos, tornando-os mais interessantes para o público. A ferramenta “*reels*” do Instagram tem sido utilizada muitas vezes para esta abordagem, bem como para demonstrar de forma rápida e direta algumas das rotinas laboratoriais. A aba “*stories*” do *Instagram* também é constantemente atualizada com diversas publicações atrativas que relacionam a rotina do biotecnologista e situações do dia a dia, como no quadro “dica do findi”, publicado uma vez por semana trazendo indicações de conteúdos de entretenimento, como filmes, séries e animes.

Quanto às interações com os seguidores, é de suma importância criar espaços em que o engajamento ativo se torne mais propício de acontecer de uma forma fluida. Isso inclui fazer perguntas, incentivar comentários, e até mesmo criar enquetes que incentivem a participação. Além do envolvimento positivo entre os seguidores e a página, as contribuições e *feedbacks* dos seguidores podem gerar novas ideias e perspectivas para futuras publicações.

2.3 Ferramentas

Em relação às ferramentas utilizadas para elaborar as postagens, a plataforma Canva (www.canva.com) é utilizada para edições de imagem e criação de postagens descritivas. Para a produção de vídeos, utiliza-se o aplicativo

capcut, pois possibilita tanto a edição quanto a adição de legendas. Além disso, é fundamental que todas as publicações passem pela revisão dos membros do projeto, evitando assim falhas de redação ou no conteúdo. Responder atentamente aos comentários e mensagens diretas nas mídias sociais também é de extrema importância para o trabalho acadêmico, pois fortalece o engajamento e a relação com os seguidores. Isso cria um ambiente positivo de interação e proporciona oportunidades para esclarecer dúvidas e coletar *feedbacks*.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

O @genestrut, até o dia 08/09/2023, com 1 ano e dois meses de criação, possui 359 perfis seguidores e 67 publicações. Ao longo dessas publicações, algumas delas foram estrategicamente elaboradas para atingir um maior número de perfis seguidores ou interativos (Figura 1). Os dados apresentados na Tabela 1, mostram o número de alcances, *shares*, comentários, *likes*, impressões, interações, salvamentos e seguidores que apenas sete dessas publicações estratégicas alcançaram em comparação com outras sete publicações padrão do perfil.

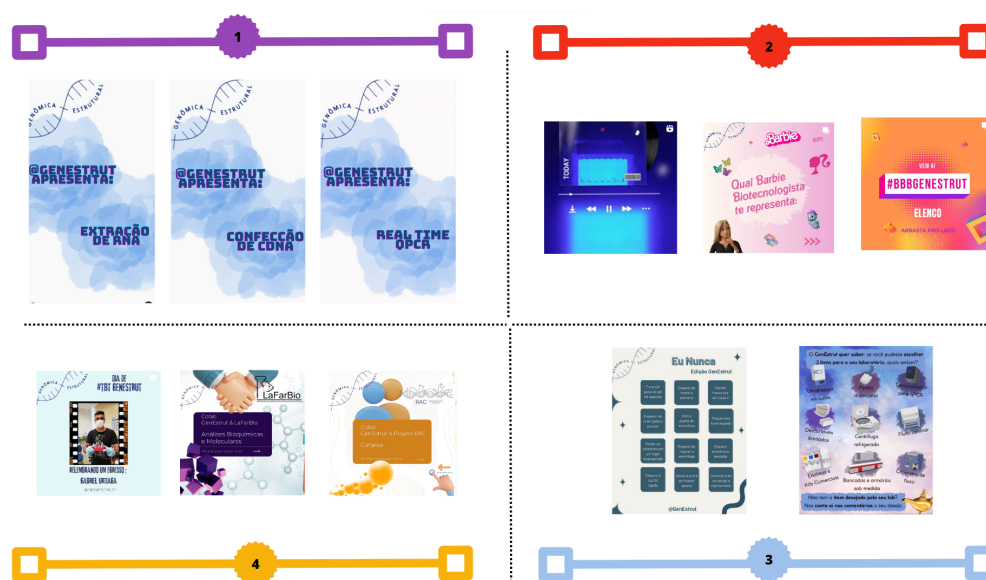


Figura 1: Postagens estratégicas com suas diferentes abordagens, sendo: 1) *reels*; 2) *trends*; 3) interações; e 4) em colaboração.

Tabela 1: Comparação entre sete postagens utilizando ferramentas estratégicas e sete postagens padrão do perfil @genestrut.

Postagens	Alcance	Comentários	Shares	Likes	Impressões	Interações	Salvamentos	Seguidores
Estratégicas	703,7 (229-2.196)	8,4 (0-22)	26,4 (18-54)	70,5 (29-127)	977,8 (312-3.007)	108,1 (68-166)	2,7 (1-6)	3,1 (1-9)
Padrões	270,5 (189-342)	2,5 (0-10)	17,1 (8-36)	35,4 (27-44)	402,5 (283-497)	57,2 (40-79)	2,1 (0-10)	1,7 (0-8)

Valores representados em média (valor mínimo a valor máximo observado).

Analisando mais atentamente estes dados, observa-se que das nove postagens com maior alcance, todas elas foram abordagens estratégicas, sendo os quatro *reels* disponíveis no perfil (Figura 2a). Estes *reels* possuem uma média

de 1.223 visualizações cada e isso corresponde ao triplo do número de contas que seguem o perfil. A postagem mais comentada foi uma que utilizou-se da abordagem estratégica de trazer interações, induzindo o público a responder nos comentários (Figura 2b). Já a postagem mais compartilhada, em 54 vezes, foi uma combinação de *trend* + interação (Figura 2c). No top três de postagens mais curtidas estão postagens que utilizaram-se de abordagens estratégicas como: parcerias, *trends* e interação (Figura 2d). Estas mesmas postagens mais curtidas também são as com maiores interações (Figura 2e). Em relação às impressões, as três postagens com maiores impressões são em colaboração do perfil com outros perfis também da UFPel ou egressos da Universidade (Figura 2f).

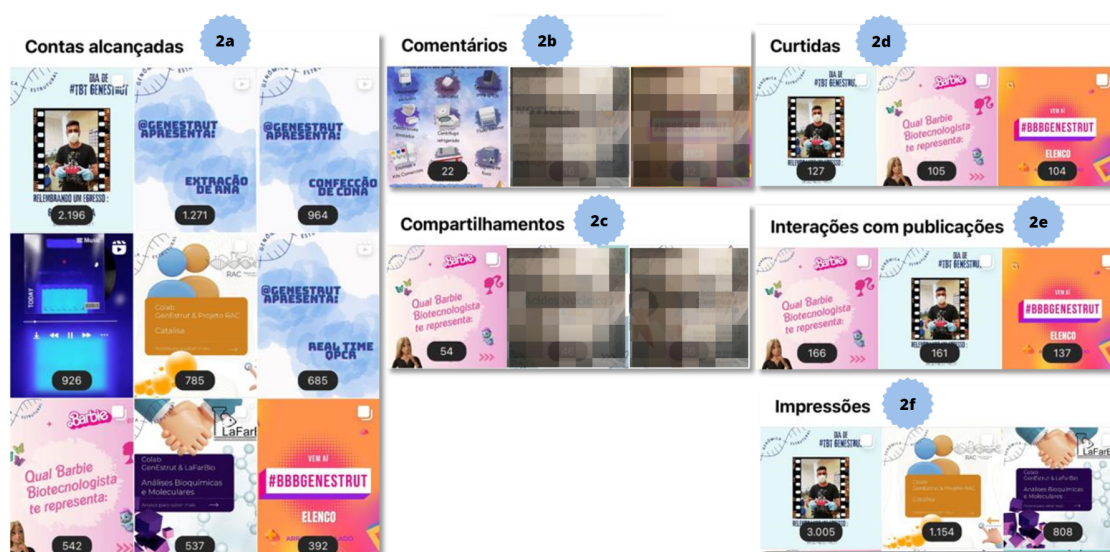


Figura 2: Capturas de tela com distintas postagens estratégicas e seus respectivos números de: a) alcances; b) comentários; c) *shares*; d) *likes*; e) interações; e f) impressões.

4. CONCLUSÕES

O presente estudo buscou apresentar estratégias para alcançar novos perfis e expandir o engajamento do perfil @genestrut, utilizando diferentes formatos, como textos, imagens, recursos audiovisuais e até recomendações de filmes e séries. Os *insights* disponibilizados pelo *Instagram* mostram que a utilização dessas ferramentas estratégicas foram as mais acessadas pelo público. Por fim, acredita-se que é de extrema relevância dar continuidade às postagens com essas abordagens de colaboração, *trends*, *reels* e interativas para manter os dados de movimentação do público com a conta cada vez mais ativos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CHRISTIAN V. Baccarella, Timm F. Wagner, Jan H. Kietzmann, Ian P. McCarthy, Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media, *European Management Journal*, Volume 36, Issue 4, 2018, Pages 431-438, ISSN 0263-2373, <https://doi.org/10.1016/j.emj.2018.07.002>
- MACHADO, F. S.. (2016). A divulgação científica e o enunciado digital. Bakhtiniana: *Revista De Estudos Do Discurso*, 11(2), 93–110. <https://doi.org/10.1590/2176-457323524>
- WIECHETEK, Ł., Pastuszak, Z. Academic social networks metrics: an effective indicator for university performance?. *Scientometrics* 127, 1381–1401 (2022). <https://doi-org.ez66.periodicos.capes.gov.br/10.1007/s11192-021-04258-6>