

## DA BANCADA AO FEED: O INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA E INTERAÇÃO SOCIAL PARA GRUPOS DE PESQUISA

**GIOVANNA BRANDÃO MOREIRA<sup>1</sup>; FELIPE SILVA PEREIRA<sup>2</sup>; VANESSA PIRES DA ROSA<sup>3</sup>; ELIZANGELA GONÇALVES DE OLIVEIRA<sup>3</sup>; JOSIANE FREITAS CHIM<sup>3</sup>**

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

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – felipepereira3@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – vprosa\_rs@gmail.com*

<sup>2</sup>*Universidade Federal de Pelotas – elizangelagoliveira1@gmail.com*

<sup>3</sup>*Universidade Federal de Pelotas – josianechim@gmail.com*

### 1. INTRODUÇÃO

Com o avanço da tecnologia e a popularização das redes sociais, a divulgação científica passou por uma transformação significativa. Antigamente restrita a periódicos acadêmicos e conferências, a comunicação da ciência agora alcança um público muito mais amplo e diversificado. Para grupos de pesquisa, especialmente nas áreas de química e química de alimentos, as redes sociais se tornaram ferramentas cruciais para a disseminação de conhecimento, o combate à desinformação e a construção de uma conexão direta com a sociedade.

A comunicação visual é um dos pilares dessa nova abordagem, e plataformas como o Instagram oferecem um ambiente ideal para isso. Em vez de artigos técnicos complexos, os laboratórios podem criar conteúdo visualmente atraente, como infográficos, vídeos curtos e fotos do dia a dia da pesquisa. Isso torna temas como a composição química de novos produtos ou os processos de desenvolvimento de alimentos inovadores mais acessíveis e compreensíveis para o público em geral. A criação de um diálogo com a sociedade permite que os pesquisadores não apenas informem sobre seus avanços, mas também respondam a perguntas, esclareçam dúvidas e combatam "mitos" populares sobre a ciência dos alimentos e a química em geral (Danjou, 2020; Salvino da Silva & Leite, 2024).

Além disso, a presença em redes sociais aumenta a visibilidade e o impacto das pesquisas. Estudos mostram que artigos divulgados nessas plataformas tendem a ter mais citações, indicando que a comunicação digital pode ser um fator preditor do impacto acadêmico de um trabalho (Salvino da Silva & Leite, 2024). A capacidade de alcançar um público global e de interagir com outros cientistas e interessados, independentemente de barreiras geográficas, fortalece o ecossistema de pesquisa, facilitando colaborações e a troca de ideias (Hurst, 2018). Em suma, as redes sociais não são apenas um complemento, mas uma parte integrante da estratégia de comunicação de grupos de pesquisa modernos. O objetivo deste trabalho é criar e gerenciar um perfil no Instagram (@dnpagro) para o Grupo de Pesquisa e Desenvolvimento de Novos Produtos Agroindustriais, com a finalidade de divulgar suas atividades e resultados de pesquisa.

### 2. METODOLOGIA

A estratégia de divulgação científica para o perfil @dnpagro no Instagram foi estruturada em etapas para garantir a qualidade das informações e o engajamento do público. Inicialmente, a equipe, em conjunto com as

coordenadoras do projeto, definiu a identidade visual do perfil, alinhando-a à proposta do grupo.

O processo de criação das publicações envolve uma colaboração entre os estudantes do projeto e começa com a escolha do tema. Em seguida, é realizada uma pesquisa aprofundada em artigos científicos e outras fontes confiáveis para embasar o conteúdo. Após a análise dos dados, as informações mais importantes são selecionadas para a elaboração dos posts.

Para tornar o conteúdo acessível e interessante, a equipe utiliza o software de design gratuito Canva para criar posts visualmente atraentes, que incluem ilustrações e artes gráficas. O objetivo é proporcionar uma leitura fluida e envolvente, alinhada aos padrões de interação do Instagram. Antes da publicação, cada post passa por uma revisão detalhada para garantir a coesão textual, a correção gramatical e a precisão das informações. Somente após essa aprovação, o conteúdo é divulgado, alcançando o público-alvo de forma eficaz. Esse método garante que a comunicação científica, por mais complexa que seja, seja transmitida de maneira clara e dinâmica (SILVA, 2009).

### 3. RELATOS E IMPACTOS GERADOS

Atualmente, o perfil @dnpagro conta com 98 seguidores e 5 publicações, sendo eles posts didáticos acerca das rotinas de trabalho e as temáticas estudadas no laboratório. Deve-se enfatizar que a conta no Instagram, contabiliza um menor número de seguidores, devido a sua criação recente, e quando comparados a outros perfis da mesma área, possui um ótimo alcance (Figura 1). A partir disso, é possível afirmar que as publicações apresentaram um bom desempenho para o tamanho do perfil.

**Imagen 1:** Perfil no Instagram do @dnpagro



**Imagen 1:** QRcodePerfil no Instagram do @dnpagro



**@DNPAGRO**

O perfil @dnpagro consegue alcançar um público amplo e diversificado, que inclui estudantes, pesquisadores e profissionais da área. Criando uma canal de comunicação direto e facilitando a troca de conhecimento, através da postagem regular de conteúdos científicos, notícias de pesquisas e novas tecnologias, o perfil contribui para a divulgação dessas informações, tornando mais acessível para o público. O uso da plataforma também se mostra eficaz para a retenção e o engajamento estudantil, pois perfis que compartilham informações relevantes e estimulam a participação ativa tendem a influenciar positivamente o interesse e a continuidade dos alunos em atividades acadêmicas (Coutinho, 2019).

O uso do *Instagram* como ferramenta de comunicação acadêmica em áreas aplicadas como o desenvolvimento de novos produtos e análises físico-químicas aproxima a teoria da prática, tornando o conhecimento mais dinâmico e acessível. O formato visual e interativo da plataforma permite uma conexão mais forte com o público jovem, que se sente mais motivado a consumir conteúdo científico apresentado de maneira atraente (Pereira, 2020). A influência do @dnpagro pode ser amplificada através de parcerias com outras instituições e da realização de eventos integrados, como lives e webinars. O perfil contribui para a construção de uma identidade acadêmica digital, fortalecendo a rede de contatos e a transferência de conhecimento para além do ambiente universitário.

Embora o potencial seja grande, ainda existem desafios, como a necessidade de medir o impacto real e garantir a produção consistente de conteúdo de qualidade. Em suma, o perfil @dnpagro representa uma estratégia moderna e eficaz para fortalecer a comunidade acadêmica, promovendo a divulgação científica e a integração entre acadêmicos, pesquisadores e profissionais do setor agropecuário. A gestão estratégica da plataforma transforma a comunicação unidirecional em uma via de mão dupla, que gera participação ativa e favorece a construção colaborativa do saber.

#### **4. CONSIDERAÇÕES**

Em suma, o perfil @dnpagro no Instagram se estabelece como uma ferramenta moderna e eficaz para a comunicação científica, superando os limites do ambiente acadêmico. Ao transformar conteúdo complexo em posts visuais e acessíveis, o perfil não apenas divulga pesquisas e inovações em agropecuária, mas também constrói uma comunidade engajada. Essa estratégia contribui para o fortalecimento da identidade digital do grupo de pesquisa, promovendo a interação direta com o público, incentivando o interesse de estudantes e facilitando a transferência de conhecimento de forma dinâmica e colaborativa.

#### **5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

- COUTINHO, Ana. Redes sociais digitais e suas implicações para a aprendizagem. In: ALMEIDA, Roberto (Org.). *Tecnologias digitais na educação*. São Paulo: Ed. Pedagógica, 2019. p. 101-120
- DANJOU, P. Distance Teaching of Organic Chemistry Tutorials During the COVID-19 Pandemic: Focus on the Use of Videos and Social Media. **Journal of Chemical Education**, v. 97, n. 9, p. 3168-3171, 2020.
- HURST, G. A. Learning chemistry using the Snapchat platform, especially the Story feature to share things related to chemistry in everyday life. **Technology, Pedagogy and Education**, v. 29, n. 1, p. 35-55, 2018.
- PEREIRA, João; SILVA, Maria. Uso das redes sociais para a divulgação científica em universidades brasileiras. *Revista Brasileira de Comunicação Científica*, v. 5, n. 2, p. 45-60, 2020.
- SILVA, J. W. S.; LEITE, B. S. Investigando a divulgação científica da química em páginas do Instagram: um estudo de caso. **Ensino de Ciências e Tecnologia em Revista – ENCITEC**, v. 14, n. 1, 2024
- SILVA, R. R. da. **O design gráfico na divulgação científica**. 2009. Tese (Doutorado em Design) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.