

Divulgação científica no *Instagram*: uma análise do perfil Ciência USP¹

Jackelany da Costa VASCONELOS²

Ruthy Manuella de Brito COSTA³

Instituto de Educação Superior Raimundo Sá (IERSA), Picos, PI

RESUMO

Este estudo busca mostrar a importância da Divulgação Científica, atividade essencial ao que se refere a divulgação de pesquisas científicas que são feitas em prol da sociedade. Diante disso, este estudo tem como objetivo geral, analisar como a Universidade de São Paulo utiliza o Instagram para divulgação e popularização do conteúdo sobre ciência. Além disso, tem como objetivos específicos, verificar a diversidade temática, bem como quais formatos que o Instagram disponibiliza, o perfil Ciência USP utiliza e se despertam a atenção e interatividade dos seguidores, além de analisar se a linguagem é simples e atraente.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo Científico; Divulgação Científica; Ciência; USP; Instagram.

INTRODUÇÃO

A ciência é primordial no desenvolvimento de todas as áreas do conhecimento, por esta razão tem uma grande contribuição social, uma vez que rege todos os aspectos sociais que nos norteiam. Com isso, este estudo pretende mostrar que é importante que as descobertas científicas das distintas áreas do conhecimento sejam divulgadas. A pesquisa tem como tema central a Divulgação Científica no Instagram, tendo como objeto de análise, o perfil da Universidade de São Paulo, o Ciência USP. Com isso, este estudo parte do seguinte questionamento: Como a Universidade de São Paulo utiliza o *Instagram*, através do “Ciência USP”, como ferramenta de divulgação científica e popularização do conteúdo sobre ciência? Além disso teve como objetivo geral: analisar como a Universidade de São Paulo utiliza o Instagram, através do perfil Ciência USP, como ferramenta de divulgação científica e popularização do conteúdo sobre ciência. Como objetivos específicos, definiu-se: identificar a diversificação temática das publicações sobre ciência; verificar o formato dos conteúdos e a maneira como estes despertam a atenção e a interatividade de quem acompanha a página, além de analisar a

¹ Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ01 – Jornalismo do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

²Graduada em Jornalismo pelo Instituto de Educação Superior Raimundo Sá – IERSA, jackelanyvsc@gmail.com

³Doutoranda em Comunicação (UFPE). Mestre em Comunicação (UFPI). Orientadora do trabalho. Professora efetiva do curso de Jornalismo da UESPI, Campus Picos. ruthycosta@pcs.uespi.br.

linguagem utilizada para que o conteúdo seja compreendido pelos leitores não especializados em ciência. O itinerário metodológico traçado para alcançar os resultados partiu da pesquisa bibliográfica, estudo de caso e análise de conteúdo. Foram analisadas 36 publicações de outubro de 2021 do Instagram @CienciaUSP, período escolhido pela proximidade, uma vez que a coleta deste material foi feita em dezembro do mesmo ano. Diante disso, foram definidos critérios de análises como: temas, formato, interatividade e linguagem.

2 DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: ASPECTOS GERAIS

Quando se fala em divulgação científica é necessário buscar dados de quando essa prática começou, como vem sendo feita e em quais veículos de comunicação se faz presente. Mas primeiramente, precisa-se compreender o que é a divulgação científica. Tendo em vista o que aponta Zamboni (2001):

A divulgação científica é entendida, de modo genérico, como uma atividade de difusão, dirigida para fora de seu contexto originário, de conhecimentos científicos produzidos e circulantes no interior de uma comunidade de limites restritos, mobilizando diferentes recursos, técnicas e processos para a veiculação das informações científicas e tecnológicas ao público em geral, (ZAMBONI, 2001, p. 45-46).

Com base nisso, pode-se compreender a divulgação científica como uma ponte entre a comunidade científica e a sociedade de modo que o público em geral seja informado sobre os estudos realizados tanto dentro das Universidades como nos Institutos de Pesquisas. Para tanto, a divulgação científica é o momento em que o pesquisador busca dar um retorno para aqueles que investem nas pesquisas, que neste caso é a sociedade como um todo, pois de acordo com Oliveira (2001), é por meio dos recursos financeiros públicos que a ciência é fomentada. Assim, tem-se a divulgação científica como um serviço em prol da sociedade, uma vez que tem o apoio de órgãos públicos, que são constituídos por indivíduos que esperam um retorno do investimento destinado a esses estudos. Sendo assim, pode-se entender que este retorno é dado por meio da divulgação, feita pelos próprios pesquisadores ou por um profissional de comunicação, tendo em vista que há uma editoria no jornalismo especializado para a disseminação de informações sobre ciência e tecnologia.

Contudo, os primeiros passos do divulgar ciência não foi uma tarefa fácil, a autora Massarani (2003), destaca como se deu os primeiros passos dados em relação a divulgação sobre ciência no Brasil, que aconteceu após a chegada da Corte Portuguesa.

Foi nesta época em que foram criadas as primeiras instituições de ensino superior. Em 1810, iniciou-se a publicação em livros, revistas e jornais, isso devido a criação da Imprensa Régia, porém, essas publicações relacionadas a educação científica eram feitas em pequenas quantidades, ou seja, detinham de pouco espaço nesses meios. Mas de acordo com França (2005), a divulgação científica começou a ter uma qualidade melhor somente no século XX. Em 1990, a imprensa brasileira traduziu para o público o que os cientistas estavam fazendo de útil nos laboratórios. Segundo Massarani (2003), essa tradução acontecia pelo fato de haver poucos jornalistas especialistas em ciência e parte dos artigos relacionados a ciência era retirada de jornais ou revistas do exterior.

2.1 Tipos de divulgação científica

A Divulgação Científica é uma atividade que ocorre de diversas maneiras, sendo considerada uma prática discursiva que atinge três esferas, como aponta Grillo (2013, p.93), que: “Na sociedade brasileira, ela é uma atividade discursiva que ocorre principalmente em três esferas – a científica, a educacional e a jornalística – e, em menor frequência, na literária e na cultural (pensamos em exposições de museus)”. Diante disso, Martins, Nascimento, De Abreu (2016) afirmam que a divulgação científica se faz presente em diversos espaços sociais e em diferentes meios de comunicação, sendo em jornais, televisão, cinema, museus, livros e revistas, e por esta razão há uma grande variedade de textos de divulgação científica, se tornando assim um gênero heterogêneo.

Tendo em vista isso, entende-se que a divulgação científica ocorre em diversos meios e é de suma importância que se faça o uso desses espaços para a disseminação do conteúdo de ciência, contribuindo assim para a alfabetização científica dos cidadãos não especializados em ciência. Com isso, é importante lembrar-se o que consta no Blog Event3, que é necessário que esses estudos sejam divulgados não somente em revistas especializadas e eventos, é preciso utilizar-se de outros meios para que esse conteúdo seja transmitido para aqueles que não têm uma formação acadêmica.⁴ Diante disso, pode-se destacar as novas formas de divulgação científica elencadas por Ribeiro (2021) que são: Repositórios Digitais – consiste em sites que agrega diversos materiais científicos; Revistas Científicas Digitais – reúne textos que antes eram divulgados de forma impressa;

4 Disponível em: <https://blog.even3.com.br/divulgacao-cientifica/#:~:text=Internet%2C%20r%C3%A1dio%2C%20TV%2C%20um,Comunica%C3%A7%C3%A3o%20simples%2C%20explicativa%20e%20did%C3%A1tica> . Acesso em 04 abr. 2022

Youtube - onde os pesquisadores podem gravar vídeos explicando o conteúdo com uma linguagem acessível para os diversos públicos; *Twitter e Instagram* – são espaços que vem contribuindo para a popularização da ciência; *Podcast* – ferramenta muito utilizada nos dias atuais, por ser bastante acessível e permitir que as pessoas possam ouvir a qualquer hora e lugar.⁵

No entanto, vale ressaltar que é necessário atentar-se para as temáticas que estão sendo exploradas nesses espaços, pois Bueno (2010), afirma que:

[...] ainda existem lacunas a serem preenchidas na mídia brasileira. O número de títulos disponíveis em algumas áreas é reduzido (não há, por exemplo, ao menos 10 publicações de média tiragem focadas em agropecuária no País, o que é uma contradição dada a importância do setor para a economia nacional). Da mesma forma, são poucos os veículos de informação geral (jornais e revistas) que contam com editorias de C & T e as que existem, quase sempre, têm uma estrutura acanhada, sendo, portanto, incapazes de acompanhar a dinâmica da produção científica e tecnológica brasileira e oferecer-lhe uma cobertura atualizada e consistente, (BUENO, 2010, p. 120-121).

Neste contexto, compreende-se que há temáticas que não são exploradas nesses veículos, assuntos esses que são de suma importância para a população, além disso, muitos desses meios de comunicação que trabalham a editoria de ciência deixa a desejar ao que diz respeito a cobertura noticiosa em prol de todas as áreas do conhecimento. Diante disso, vale destacar o que aponta Teixeira (2002, p.139): “[...] Só o que é narrado é o sucesso das novas técnicas da medicina”. Nesse contexto de que muitas temáticas são deixadas de lado e de que só tem mais visibilidade os estudos em prol da medicina. Portanto, entende-se que as diversas temáticas devem ser exploradas, pois trazem implicações relevantes para a sociedade, pois de acordo com Bueno (2010), a divulgação científica cumpre o papel de democratizar o acesso ao conhecimento, e além disso, contribui para alfabetização científica, uma vez que permite que os cidadãos comuns passa a ter conhecimento sobre temáticas que podem ter impactos em suas vidas, como por exemplo, sobre as células tronco, mudanças climáticas, energias renováveis, dentre outras. Além disso, se faz necessário que a divulgação científica seja realizada de forma que todos os estudos tenham visibilidade, pois, todas as pesquisas científicas sejam sobre

5 Disponível em: <https://www.edocente.com.br/blog/educacao/novas-formas-de-divulgacao-do-conhecimento-cientifico/> . Acesso em 04 de abr, 2022.

o meio ambiente, seja sobre a economia, e demais temáticas contribuem para com a sociedade de alguma maneira.

3 IMPORTÂNCIA DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

A divulgação de descobertas, bem como de estudos científicos têm grande contribuição para a sociedade, tendo em vista que a ciência auxilia na promoção do conhecimento. Diante disso, pode-se destacar o que aponta Lordêlo (2012, p.29), “a divulgação científica deve desembaçar o olhar dos cidadãos dando-lhes real noção do ambiente e contexto histórico em que estão inseridos”. Sendo assim, a autora Oliveira (2001), afirma que a divulgação científica contribui para com a sociedade, uma vez que aproxima esses indivíduos de seus benefícios, dando-lhes o direito de reivindicar, buscando melhorias quanto ao bem-estar social. Além disso, a autora destaca que a divulgação contribui também para uma visão mais clara da realidade.

Com isso, podemos ressaltar o que aponta Vogt (2008), sobre a divulgação científica, que tem por finalidade informar tornando o cidadão não especializado em ciência conhecedor das questões científicas. Essa cultura ficou conhecida nos Estados Unidos como *Scientific Literacy*, que é entendida como alfabetização do público leigo. O autor destaca ainda que por muito tempo a divulgação cumpria esse papel de suprir o déficit de informação diante a população não especializada em ciência.

Partindo desse pressuposto de que a divulgação científica desempenhava um papel de alfabetização em relação aos indivíduos não especializados em ciência, ou seja, que não tinham conhecimento sobre as questões científicas, pode-se levar em consideração o que afirma Natal (2001), que um dos propósitos da divulgação científica é facilitar o acesso, a compreensão do público sobre o que está sendo estudado dentro do ambiente acadêmico, sendo que são pesquisas que beneficiam a sociedade em geral em diversos âmbitos da vida. Com base nisso, Lordêlo (2012), ressalta que a divulgação científica se torna imprescindível, pois sem essa prática não há construção de uma cultura científica e nem mesmo o desenvolvimento da sociedade. Sendo assim, compreende-se que a divulgação científica cumpre um importante papel no que diz respeito a disseminação de conhecimento. Para tanto, segundo Porto (2018), é preciso que os pesquisadores sejam comunicadores, pois não existe ciência sem comunicação. O autor afirma ainda que o conhecimento científico que não é divulgado, não causa efeito. Além do mais, a população tem interesse em saber o que está sendo pesquisado, pois de acordo com Varela

(2011, p.11), “os leitores querem saber é a relação do resultado da pesquisa com a sua vida”.

3.1 Características da divulgação científica

Pode-se compreender que a divulgação científica cumpre um papel essencial na sociedade, pois está diretamente ligada para com a construção do conhecimento científico e democratização do mesmo. Sendo assim um elo entre a comunidade científica e a sociedade, contribuindo para a alfabetização do público não especializado em ciência, além de permitir que esses indivíduos passam a ficar cientes de questões que interferem diretamente em suas vidas.

No entanto, quando se fala em divulgação científica, logo, deve atentar-se para a forma como vem sendo praticada, ou seja, se está sendo transmitida de maneira clara para os diversos públicos. Com isso, de acordo com Radmann (2019), a linguagem é um fator determinante na divulgação científica, uma vez que é a partir da mesma que desperta a atenção e compreensão do público. O autor afirma ainda que uma das linguagens mais utilizada quando se trata de divulgação científica, é a imagética, que consiste em formas gráficas, como vídeos, fotos, gravuras, esquemas, e se faz presente mais em livros. Neste contexto, ainda conforme Radmann (2019, p.100): “Nos materiais de divulgação científica a imagem, em muitos casos, traz em si a explicação facilitada de um fenômeno e é, por princípio, sempre pensada em um contexto de didatização de um universo complexo”. Por esta razão, Joubert (2004, p.22) recomenda: “Use linguagem visual e o imaginário para ativar a imaginação do público”. Diante disso, compreende-se que os recursos visuais despertam a atenção e contribuem para o entendimento dos indivíduos não especializados em ciência. Ainda neste contexto de que a linguagem clara e de fácil entendimento é um fator primordial à divulgação científica, Vieira (2004) recomenda que se utilize uma linguagem simples, de forma direta e informal, pois a simplicidade da linguagem não quer dizer que o conteúdo seja indispensável.

4 A INTERNET COMO ESPAÇO DE POPULARIZAÇÃO DA CIÊNCIA

O surgimento da Internet trouxe mudanças significativas ao que diz respeito a comunicação, pois de acordo com Cendon (2000, p.1): “A internet é uma rede global de computadores, ou, mais exatamente, uma rede que interconecta outras redes locais,

regionais e internacionais”. Sendo assim, entende-se que essa interconexão local, regional e internacional, se refere ao processo comunicativo e de passagem de informação.

Ainda conforme Cendon (2000), diante o seu surgimento, nas primeiras décadas, mais precisamente ao final da década de 80, a Internet era muito utilizada pela comunidade científica e acadêmica. Com isso, Rosa e Barros (2018), afirmam que a chegada da Internet resultou em mudanças dentro da comunidade científica ao que se refere a produção, disseminação, recuperação e recebimento de informação, nas Instituições de Ensino Superior e centros de pesquisa. No que tange as melhorias, as autoras afirmam que diante disso, a pesquisa passou a ser divulgada com mais agilidade tanto no espaço de trabalho colaborativo, quanto entre as instituições públicas.

Neste contexto, Mateus e Gonçalves (2017), aponta também que a Internet surgiu como uma ferramenta muito necessária para a difusão do conhecimento científico, pois, através da mesma, houve a criação de páginas pessoais e institucionais, de empresas, associações educacionais, culturais, grupos de pesquisa e portais governamentais com o intuito de disseminar o conhecimento científico que antes era restrito somente a comunidade acadêmica. Para Gomes (2018), a Internet dispõe de ferramentas de baixo custo, que facilitam a publicação e criação de espaços, que permitem a participação e compartilhamento de conteúdo entre usuários, e por esta razão, os membros da comunidade científica passaram a utilizar desses espaços para conectar seus pares em plataformas específicas para pesquisadores, a exemplo dessas plataformas, é possível citar a ResearchGate e a Academia.edu, além dessas plataformas, os pesquisadores começaram a fazer o uso de blogs individuais e coletivos, bem como das mídias sociais como *Youtube*, *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*, visando atingir um público mais amplo. Com base nisso, pode-se compreender que a Internet tem sido uma ferramenta bastante útil e que contribui para com a divulgação científica, uma vez que há vários espaços que podem ser explorados.

4.1 Redes sociais digitais como ferramenta de divulgação científica

Com o advento da Internet muitas mudanças ocorreram no que diz respeito a comunicação. Conforme aponta Monteiro (2001, p.27), “A internet atual surgiu de uma rede idealizada em meados dos anos 60, como uma ferramenta de comunicação militar alternativa, que resistisse a um conflito nuclear mundial”.

Ao se falar na internet como um meio de comunicação alternativa, lembra-se que através dela surgiram as redes sociais digitais que possibilitam uma presença e maior interatividade dos utilizadores. Com isso, pode-se entender que a internet possibilita a democratização do acesso às informações. Além disso, pode-se destacar que a comunicação passou a ser mais eficiente no que diz respeito a rapidez que a informação chega a determinado local, no qual as redes sociais contribuem para com essa rapidez e eficiência da informação, pois de acordo com De Sousa (2015, p.71), há “facilidade em se publicar, comentar e distribuir informações nos sites de redes sociais na internet [...]”.

Partindo desse pressuposto, o autor Campos (2016), destaca que muitas pessoas são adeptas as redes sociais digitais, e isso é justamente porque esses indivíduos utilizam dessas novas tecnologias, que se destacam os: *smartphones*, *tablets* e computadores. Mas o que são as redes sociais digitais e como elas se constituem? Conforme afirma Recuero (2009), as redes sociais são constituídas por dois elementos, que são os atores que diz respeito as pessoas e as conexões que são as relações criadas no ambiente digital. No entanto, a autora conceitua algumas redes sociais que são elas: *Facebook*, *Twitter*. O *Facebook* criado pelo Mark Zuckerberg, em que de primeiro momento pensou em criar uma rede de contatos. Esta rede social funciona através de perfis e comunidades. A autora conceitua também o *Twitter*, sendo “[...] estruturado com seguidores e pessoas a seguir, onde cada twitter pode escolher quem deseja seguir e ser seguido por outros. Há também a possibilidade de enviar mensagens em modo privado para outros usuários, (2009, p.173)”. Além dessas redes sociais, surgiram outras, dentre elas: o *Instagram*, que para Campos (2016, p.56) “é uma rede social utilizada para divulgação de fotos e vídeos curtos que se tornou muito popular nos últimos anos. Entre as suas funcionalidades estão a aplicação de filtros, o Boomerang, os Stories, além das gravações e transmissões de vídeos ao vivo. Atualmente, o *Instagram* também é um dos principais veículos para a publicidade de empresas de todo o mundo.⁶ Diante disso, podemos compreender que nessas redes há diversas ferramentas que permitem uma produção e veiculação de um conteúdo em vários formatos. Com isso, pode-se compreender que essas redes facilitam o processo de comunicação e trazendo para a questão da popularização e divulgação quanto ao conteúdo relacionado a ciência, destaca-se o que afirma Vicente (2017):

Institutos de pesquisa, assim como as Universidades, que fazem parte do processo de comunicação da informação científica perceberam as RSI como um aliado, tanto para aproximação com a sociedade, como

6 Disponível em: <https://canaltech.com.br/empresa/instagram/>. Acesso em 10 nov.2021.

para divulgação da informação científica e se apropriaram dessas ferramentas como uma possibilidade de difusão da ciência, (VICENTE, 2017, p.7).

Assim tem-se o *Instagram* como um meio de popularização e divulgação científica, uma vez que Institutos de Pesquisas e Universidades utilizam dessa ferramenta para a disseminação do conteúdo científico. Dessa maneira, Lemes (2021), vai afirmar que as redes sociais como o Instagram podem contribuir para a divulgação da ciência em escala global, por meio do compartilhamento desses conteúdos que a rede permite, auxiliando assim na educação, alfabetização científica e na visibilidade desses estudos, uma vez que a pesquisa muitas vezes não tem tanta visibilidade.

5 METODOLOGIA

O presente estudo teve por objetivo analisar como a Universidade de São Paulo utiliza o *Instagram*, através do “Ciência USP”, como ferramenta de divulgação científica e popularização do conteúdo sobre ciência. Com isso, foram observadas as publicações feitas no período de outubro de 2021, mês escolhido com base na proximidade, o que facilita a coleta do material de análise, uma vez que essa coleta foi feita em dezembro de 2021. Dessa forma, esta pesquisa se caracteriza como de abordagem qualitativa e quantitativa, partindo do método dedutivo e tendo como procedimentos: a pesquisa bibliográfica, estudo de caso e análise de conteúdo.

Assim, este estudo, teve como o primeiro procedimento, a pesquisa bibliográfica, que segundo Fontana (2018), está relacionada a análise e leituras de materiais já existentes que tratam da temática estudada, com isso, foi utilizado como primeiro procedimento, uma vez que se buscava embasamento teórico para fomentar esta discussão em torno da divulgação científica feita mediante o *Instagram*. Além do mais, como maneira de analisar um caso específico que é como a Universidade de São Paulo utiliza o *Instagram* como ferramenta de divulgação científica e popularização do conteúdo sobre ciência, foi utilizado como segundo procedimento o estudo de caso, que segundo Severino (2017, p.121), se caracteriza como uma “Pesquisa que se concentra no estudo de um caso particular, considerado representativo de um conjunto de casos análogos, por ele significativamente representativo”.

Além disso, a pesquisa traz uma abordagem qualitativa que de acordo com Severino (2017), está relacionada a abordagem do conteúdo analisado, tendo em vista que nesse estudo foram analisadas as publicações feitas no perfil *Instagram* da Universidade

de São Paulo, verificando se a linguagem utilizada era de fácil compreensão. Além disso, fez-se o uso da abordagem quantitativa que ainda de acordo com Severino (2017), diz respeito a quantidade, tendo em vista que teve um *corpus* constituído por um total de 36 publicações.

Após a coleta de dados, foi possível analisar as informações, por meio da técnica análise de conteúdo, último procedimento adotado para o desenvolvimento desta pesquisa. Assim, temos a análise de conteúdo ainda de acordo com Severino (2017):

É uma metodologia de tratamento e análise de informações constantes de um documento, sob forma de discursos pronunciados em diferentes linguagens: escritos, orais, imagens, gestos. Um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Trata-se de se compreender criticamente o sentido manifestou oculto das comunicações, (SEVERINO, 2017, p.121).

À vista disso, foi feito o uso deste procedimento a fim de analisar as informações presentes em cada publicação, de modo que foi possível verificar se havia uma diversificação de temas relacionados à ciência. Para a realização da análise do material coletado, foram definidos os critérios de análises: tema, formato, interatividade e linguagem.

6 @CÊNCIAUSP COMO ESPAÇO DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

Um dos objetivos desta pesquisa é verificar a diversificação temática das publicações sobre ciência no perfil do *Instagram* da Universidade de São Paulo. A fim de chegar a este objetivo, se buscou analisar essa diversidade de temas. Com isso, foi possível perceber que durante o período analisado que compreende do dia 01 ao dia 30 de outubro de 2021, o perfil Ciência USP, divulgou 36 publicações. Deste total, 18 estavam relacionadas com a temática Saúde, sendo muitos destes estudos a respeito da pandemia da Covid-19, uma vez que o país ainda estava no período pandêmico. Além disso, 04 das publicações estavam relacionadas à Tecnologia; 02 a Agricultura 02 à Biologia; 02 à Comunicação; 01 à Física; 02 a História; 03 a Meio Ambiente; 02 a Química. Assim, notou-se que o perfil Ciência USP aborda as descobertas científicas relacionadas a área da medicina/saúde, bem como das outras áreas do conhecimento que trazem reflexões e contribuições para a sociedade, desempenhando assim o papel da divulgação científica, que é permitir que os estudos científicos cheguem até aqueles que

não têm uma formação acadêmica, mas que serão beneficiados com os resultados da pesquisa.

Além de verificar a diversificação de temas, este estudo buscou verificar os formatos do conteúdo do perfil Ciência USP, como a Universidade de São Paulo utiliza desta rede para transmitir o conteúdo científico, de maneira mais atraente, de modo que venha despertar o interesse do público que acompanha a página. Com base nisso, entende-se que o Instagram é uma ferramenta que dispõe várias funcionalidades que vão desde a publicação de fotos, a vídeos curtos intitulados de *Reels*, *Story*, que são publicações que duram 24h, destaques, onde são organizadas as publicações dos *stories*, transmissões ao vivo, dentre outros. Desta forma, foi possível perceber que dos recursos que o Instagram disponibiliza, os mais utilizados foram imagens e texto/legenda, publicações no estilo carrossel, que consiste em várias imagens com informações e vídeos em formato de *Reel*. As publicações do perfil Ciência USP, consistiam em uma imagem que muitas vezes era uma mera ilustração a respeito do assunto, acompanhada de um título e vale ressaltar que todos essas imagens seguem um padrão, e podem ser denominadas de cards. Já as publicações em estilo carrossel, eram utilizadas para trazer dados a mais que não cabiam na legenda, pois ficaria um texto muito grande e sabe-se que no *Instagram* não é muito agradável a leitura muito extensa, e muitas dessas publicações em estilo carrossel traziam os resultados das pesquisas com ilustrações para facilitar a compreensão do leitor.

Já em relação a interatividade dos utilizadores da rede para com o perfil da Universidade de São Paulo, notou-se que uma boa interatividade, ao tempo em que algumas não despertou a atenção e nem a interação dos indivíduos que acompanham a página. Os comentários dos utilizadores que acompanham a página, muitas vezes eram relevantes, pois muitos problematizavam e acrescentavam algo a respeito da temática que era posta na publicação. A publicação que obteve mais interação, sendo 514 comentários, foi a de um estudo em relação ao tratamento precoce e kit Covid, tendo em vista que é um assunto que engloba várias esferas sociais, primeiro que diz respeito ao momento pandêmico em que o país se encontrava, segundo, por tratar de estudo que visa desmentir a ideia que a doença poderia ser tratada com tais medicamentos, que não se teve um estudo aprofundado para se chegar a essa solução. Por estas razões, a interação a respeito desse estudo publicado, por meio do perfil Ciência USP, trouxe uma série de comentários, onde os indivíduos problematizavam, gerando assim uma boa interação entre os utilizadores para com a página. A publicação tinha como formato a Imagem e Texto/legenda, além de

uma linguagem clara e de fácil entendimento, o que também contribuiu para que houvesse muita interação. Em relação a publicação de menor interação, foi possível notar que um dos fatores que fez com que a interação fosse baixa, diz respeito a temática, bem como a linguagem técnica, pois a pesquisa era relacionada a química e tratava de um método desenvolvido por cientistas que visava baratear a fabricação de sensores. Com isso, pode-se perceber que é uma temática complexa, na qual a maioria das pessoas poderiam não entender o que consistia aquele estudo, como é notório, com base na baixa interação.

Outro fator importante para se atentar quanto a divulgação científica, é a linguagem, pois sabe-se que a mesma é primordial ao que refere ao entendimento dos indivíduos não especializados em ciência. Com isso, este estudo tem por objetivo analisar também a linguagem utilizada para que o conteúdo seja compreendido pelos leitores não especializados em ciência. Vale ressaltar que essa análise se deu em torno das legendas, uma vez que no *Instagram*, utiliza-se de textos nas legendas. Nisso, foi possível notar que a Universidade trabalha com uma linguagem simples e de fácil entendimento, além de trazer sempre os recursos imagéticos que ajudam na compreensão do que está sendo divulgado. Os textos das legendas eram informativos e explicativos, com apenas 3 parágrafos, ou seja, um breve resumo do que se tratava os estudos. O uso de termos técnicos foi-se necessário na publicação de menor interação, pela complexidade do estudo, mas o perfil Ciência USP, trabalha bastante com uma linguagem simples. Assim, o papel da divulgação científica no perfil da Universidade de São Paulo vem sendo realizado de uma maneira em que todas as pessoas, com ou sem formação acadêmica possam estar compreendendo, além de ser disseminado em uma rede, na qual as pessoas podem problematizar e contribuir para com o estudo, de forma democrática.

7 CONSIDERAÇÕES

Este trabalho partiu do pressuposto de discutir acerca da Divulgação Científica realizada pela Universidade de São Paulo, através do perfil do *Instagram* Ciência USP, de modo a entender como a instituição faz o uso desta rede para divulgar e popularizar o conteúdo de ciência, de maneira que o torne atraente e desperte a atenção dos utilizadores que acompanham a página. Com isso, ficou evidente que a Universidade faz o uso do perfil para compartilhar o conteúdo que é produzido pelo Jornal da USP, a respeito da editoria de ciência, utilizando dos recursos e formatos que a rede permite e disponibiliza. O perfil trabalha muito com o recurso de imagem e texto, além de utilizar-se de

publicações em formato de Reels e Carrossel, recursos esses próprios do *Instagram*. Além disso, o Ciência USP busca divulgar as pesquisas das demais áreas do conhecimento, uma vez que foi possível identificar que há uma diversidade temática, utilizando de uma linguagem simples e de fácil entendimento. Portanto, este estudo deixa margens para o surgimento de novas pesquisas a respeito desta temática, podendo buscar entender o porquê a Universidade de São Paulo utiliza mais o formato imagem e texto/legenda, ao invés de fazer o uso dos outros recursos que a rede disponibiliza, como também buscar outras instituições que já trabalham a divulgação científica nas redes sociais digitais e analisar como essa prática vem ocorrendo, entre outras pesquisas que podem se dar em torno deste trabalho.

REFERÊNCIAS

BUENO, Wilson Costa. **Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais**. Informação & Informação, v. 15, n. 1 esp, p. 1-12, 2010. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em: 15 de out. 2021.

CAMPOS, Gabriela; COSTA, Helen. **Caracterização dos perfis comerciais na rede social Instagram**. In: Anais do V Brazilian Workshop on Social Network Analysis and Mining. SBC, p. 37-48. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/brasnam/article/view/6443>. Acesso em: 30 de out. 2021.

CENDON, Beatriz Valadares. CAMPELLO, Bernardete. **A Internet**. 2000.

DE SOUSA, Maíra de Cássia Evangelista. **A dinâmica da notícia nas redes sociais na internet: a forma de apresentação das postagens no Twitter e no Facebook**. Fronteiras-estudos midiáticos, v. 17, n. 2, p. 199-212, 2015. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2015.172.07>. . Acesso em: 30 de out. 2021.

FRANÇA, Martha San Juan. Divulgação ou Jornalismo. BOAS, Sergio Vilas (Org). **Formação e Informação Científica: jornalismo para iniciados e leigos**. São Paulo: Summus, 2005. p.31-47.

FONTONA, Felipe. Técnicas de pesquisa. In: MAZUCATO, Thiago (Org). **Metodologia do trabalho e da pesquisa científica**. Penápolis. FUNEPE, 2018. p.59-78.

GRILLO, Sheila Vieira de Camargo. **Divulgação científica: linguagem, esferas e gêneros**. 2013. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/livredocencia/8/tde-04112015-181038/en.php>. Acesso em: 02 de mar. 2022.

GOMES, Isaltina Maria de Azevedo, FLORES, Natália Martins. **A Divulgação científica nas mãos do pesquisador..** In: PORTO, Cristiane; OLIVEIRA, Kaio Eduardo; ROSA, Flávia

(Orgs). Produção e difusão da ciência na cibercultura: narrativas em múltiplos olhares. Ilhéus, BA: Editus, 2018. p.107-116.

JOUBERT, Marina. **Como me torno um especialista em mídia?**.In: MASSARANI, Luisa et al. Guia de Divulgação Científica. - Rio de Janeiro: SciDev.Net: Brasília, DF: Secretaria de Ciência e Tecnologia para a Inclusão Social, p.20-23, 2004.

LEMES, Thamila et al. **O INSTAGRAM COMO FERRAMENTA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE MAMÍFEROS**. Anais da Semana de Biologia da UFES de Vitória, v. 2, p. 22-22, 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufes.br/sebivix/article/view/34700>. Acesso em: 29 de out. 2021.

LORDÊLO, Fernanda Silva; DE MAGALHÃES PORTO, Cristiane. **Divulgação científica e cultura científica: conceito e aplicabilidade**. Revista Ciência em Extensão, v. 8, n. 1, p. 18-34, 2012. Disponível em: https://ojs.unesp.br/index.php/revista_proex/article/view/515. Acesso em: 15 de out. 2021.

MARTINS, Isabel, NASCIMENTO, Tatiana Galieta, DE ABREU, Teo Bueno. **Clonagem na sala de aula: um exemplo do uso didático de um texto de divulgação científica**.

Investigações em ensino de ciências. v.9, n.1, p.95-111, 2016. Disponível em: <https://www.if.ufrgs.br/cref/ojs/index.php/ienci/article/view/53>. Acesso em: 02 de mar. 2022.

MASSARANI, Luisa; MOREIRA, Ildeu Castro. **A divulgação científica no Rio de Janeiro: um passeio histórico e o contexto atual**.Revista Rio de Janeiro, v. 11, p. 38-68, 2003.

MATHEUS, Wagner, GONÇALVES, Carolina. **Discutindo a divulgação científica: o discurso e as possibilidades de divulgar ciência na internet**. Revista Aréte/Revista Amazônica de Ensino de Ciências. v.5, n.9, p.29-43, 2017. Disponível em: <http://periodicos.uea.edu.br/index.php/arete/article/view/45>. Acesso em: 02 de mar. 2022.

MONTEIRO, Luís. **A internet como meio de comunicação: possibilidades e limitações**.In: Congresso Brasileiro de Comunicação. 2001.

NATAL, Camila Binhardi; ALVIM, Marcia Helena. **A divulgação científica e a inclusão social**. Revista do EDICC-ISSN 2317-3815, V.5, 2018. Disponível em: <https://revistas.iel.unicamp.br/index.php/edicc/article/view/5964>. Acesso em: 09 de mar. 2021.

OLIVEIRA, Fabíola de. **Jornalismo Científico**. Editora Contexto, 2001.

PORTO, Cristiane; OLIVEIRA, Kaio Eduardo; ROSA, Flávia. **A ciência na Cibercultura em múltiplos olhares**.In: PORTO, Cristiane; OLIVEIRA, Kaio Eduardo; ROSA, Flávia. Produção e difusão de ciência na cibercultura: narrativas em múltiplos olhares. Ilhéus, BA: Editus, 2018. p.11-17.

RADMANN, Tatiane Taís Franke, PASTORIZA, Bruno dos Santos. **Um olhar sobre as produções acerca da divulgação da ciência**. Tecné Episteme y Didaxis: TED, n.45, p.89-106, 2019. Disponível em: http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0121-38142019000100089&script=sci_arttext&tlng=pt. Acesso em: 02 de mar.2021.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIBEIRO, Thiago da Silva. **Novas formas de divulgação do conhecimento científico**. E-docente. 2021. Disponível em:<https://www.edocente.com.br/blog/educacao/novas-formas-de-divulgacao-do-conhecimento-cientifico/>. Acesso em: 02 de mar. 2022.

ROSA, Flávia (Orgs). **Produção e difusão da ciência na cibercultura: narrativas em múltiplos olhares**. Ilhéus, BA: Editus, 2018. p.11-18.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. Cortez editora, 2017.

TEIXEIRA, Mônica. **Pressupostos do jornalismo de ciência no Brasil**. In: MASSARANI, Luisa, MOREIRA, Ildeu de Castro, BRITO, Fátima (Orgs). *Ciência e Público: caminhos da divulgação científica no Brasil*. Casa da Ciência – Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Fórum de Ciência e Cultura, p.133-41, 2002.

VARELA, Ulysses do Nascimento. **Manual do texto para Jornalismo Científico na Internet**. 2011.

VICENTE, Natalí Ilza; CORRÊA, Elisa Cristina Delfini; SENA, Tito. **A divulgação científica em redes sociais na internet: proposta de metodologia de análise netnográfica**. 2017. Disponível em: <http://repositorios.questoesemrede.uff.br/repositorios/handle/123456789/2950>. Acesso em: 29 de out. 2021.

VIEIRA, Cássio Leite. **Pequeno manual de divulgação científica: Um resumo**. In: MASSARANI, Luisa *et al.* *Guia de Divulgação Científica*. Rio de Janeiro: SciDev.Net: Brasília, DF : Secretaria de Ciência e Tecnologia para a Inclusão Social, 2004.

VOGT, Carlos; CERQUEIRA, Nereide; KANASHIRO, Marta. **Divulgação e cultura científica**. *Com Ciência*. Campinas, n. 100, 2008. Disponível em: http://comciencia.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S151976542008000300001&lng=en&nrm=iso. Acesso em: 15 de out. 2021.

ZAMBONI, Lilian Márcia Simões. **Cientistas, jornalistas e a divulgação científica: subjetividade e heterogeneidade no discurso da divulgação científica**. Campinas, SP: Autores Associados, 2001.