

Relato de experiência sobre a utilização de plataformas digitais pelo projeto *ACS Student Chapter* UFC como ferramentas de divulgação científica

Carla Vitória de Castro Nobre ¹
Carlos José Alves da Silva Filho ²
Victória Oliveira Sobral ³
Yana Letícia de Castro e Silva ⁴
Maria da Conceição Ferreira de Oliveira ⁵

INTRODUÇÃO

Em 2020, o planeta vivenciou uma das maiores emergências de saúde pública da história humana, a pandemia do então chamado “novo coronavírus” (SARS-CoV-2). Com o avanço da doença, a Organização Mundial da Saúde (OMS) declarou que a situação era uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII), a qual se estenderia até maio de 2023 (OPAS, 2023).

Frente à necessidade de isolamento social e às inúmeras mortes decorrentes das complicações da doença, o pânico e a incerteza se instaurou na população. A busca por informações acerca do vírus, como os tipos de contágio, sintomas, riscos e tratamento tornou-se cada vez maior (ROCHA et al., 2023). Logo começaram a surgir teorias da conspiração, tratamentos alternativos e receitas milagrosas que prometiam curar e proteger as pessoas contra a doença (LANA et al., 2020). Notícias infundadas e sem embasamento científico algum tornaram-se ainda mais frequentes e disseminadas pela facilidade de compartilhamento através das redes sociais (LANA et al., 2020; MATOS, 2020).

As denominadas *fake news* (do inglês, notícias falsas) são notícias fraudulentas e não verdadeiras que se propagam rapidamente por conta da facilidade de comunicação da sociedade contemporânea, a sociedade em rede (ROCHA et al., 2023). Além do fato de carregarem inverdades e gerarem consequências graves, as *fake news* aumentam as incertezas da população,

¹ Graduanda do Curso de Química Licenciatura da Universidade Federal do Ceará - UFC, carlavitoriagn@alu.ufc.br;

² Doutorando do Curso de Pós-graduação em Química da Universidade Federal do Ceará - UFC, carlosalves@alu.ufc.br;

³ Graduanda do Curso de Química Licenciatura da Universidade Federal do Ceará - UFC, victoria.oliveirasobral@alu.ufc.br;

⁴ Mestranda do Curso de Pós-graduação em Química da Universidade Federal do Ceará - UFC, yanaleticiacastro@alu.ufc.br;

⁵ Doutora pelo Curso de Química da Universidade Federal – UFC, mcfo@alu.ufc.br

que acaba por duvidar até mesmo das fontes competentes e oficiais, contribuindo para a propagação da desinformação em massa (OBERCON, 2018).

O ACS *Student Chapter* UFC é um projeto de extensão da Universidade Federal do Ceará vinculado à *American Chemical Society* (ACS). O grupo composto por 19 participantes, sendo 18 estudantes e uma professora *advisor*, é um dos 4 capítulos estudantis da ACS no Brasil e teve início no ano de 2020, durante a pandemia de COVID-19. Como consequência do isolamento social decorrente da pandemia, os membros tiveram que adaptar as atividades do grupo para um formato remoto, e as redes sociais ganharam grande destaque nesse momento.

Em contrapartida à grande onda de *fake news* de cunho científico que se difundiu durante esse período e com o objetivo de fornecer informações verídicas e acessíveis, o grupo adotou a rede social *Instagram* como ferramenta de divulgação científica. Assim, desde 2020, por meio de postagens informativas e interativas nesta rede social, o projeto busca despertar o interesse do público por assuntos relacionados à ciência, especialmente a Química e suas inovações, bem como fatos e curiosidades da atualidade. Dessa forma, o projeto se utiliza das Tecnologias Digitais da Informação e Comunicação (TDICs) para a promoção da Química.

As TDICs podem ser entendidas como um conjunto de ferramentas digitais que possibilitam a integração entre diferentes pessoas e ambientes, como é o caso das redes sociais e dos equipamentos que permitem o acesso a elas (IBIAPINA e GONÇALVES, 2023). O surgimento e rápido desenvolvimento dessas tecnologias revolucionou os modos de comunicação, socialização, educação e trabalho. Na sociedade da informação, as pessoas estão cada vez mais conectadas e são diariamente expostas a uma enorme quantidade de informações, o que torna ainda mais difícil filtrar e interpretar os conteúdos aos quais são expostas e contribui para a disseminação de *fake news*.

Tendo isso em vista e considerando ainda que a divulgação científica é essencial para a democratização do acesso à informação de forma ampla, o *Instagram* se torna uma ferramenta útil e versátil, permitindo que os conteúdos compartilhados atinjam os mais variados públicos, já que é uma rede social amplamente utilizada. A utilização desse meio tem gerado resultados significativos. Através dele, o ACS *Student Chapter* UFC tem alcançado um público amplo e diversificado, inclusive de outros estados do Brasil.

Dessa forma, os membros do grupo se articulam para produzir e compartilhar conteúdos informativos na plataforma. Após definição dos temas propostos, realização de pesquisa bibliográfica, produção das artes e revisão das mídias digitais, os conteúdos são compartilhados na rede para o público em geral. Em sua grande maioria, os materiais são divulgados na forma de *posts* informativos, também conhecidos como “carrocéis” pela comunidade usuária da

plataforma, mas também são produzidos *stories* e vídeos curtos, que atualmente são mais bem aceitos e atingem um maior alcance.

A eficiência do *Instagram* como meio de divulgação da Química e ferramenta para despertar o interesse do público por essa ciência pode ser avaliado por parâmetros fornecidos pela própria plataforma, como o alcance, o engajamento, o total de seguidores e a quantidade de comentários e curtidas (RODRIGUES, et al., 2021; ROMÃO e JÚNIOR, 2022).

Considerando esses fatores, a análise dos últimos três meses (abril, maio e junho de 2023) mostrou que o mês de maio teve os maiores índices de alcance e engajamento com o público, compartilhando temáticas como "A química da leitura", "Cientistas cearenses mais influentes da atualidade" e "A química da brasileira extraída do pau-brasil".

Por meio de atividades coordenadas entre os membros, o projeto tem conseguido se manter ativo na rede social proposta, compartilhando conteúdos que incitam a curiosidade dos seguidores e contribuindo para a promoção da Química dentro e fora da universidade. Ao se utilizar dessa plataforma, o grupo consegue alcançar um público que muitas vezes não tem acesso a essas informações de forma acessível e segura. Além disso, o compartilhamento de informações cientificamente embasadas, provenientes de fontes confiáveis e revisadas contribui para o combate às *fake news* e promoção de informações científicas coerentes.

METODOLOGIA

O presente estudo é um relato de experiência do grupo ACS *Student Chapter* UFC, com uma abordagem quali-quantitativa a respeito do uso da plataforma digital *Instagram*. Foram analisadas as métricas fornecidas pela própria plataforma durante o período de março a junho do ano de 2023, com o intuito de analisar as interações e a receptividade do público quanto aos conteúdos de cunho científicos divulgados na página do grupo (@acsstudentchapterufc).

Para uma melhor organização de tarefas e desenvolvimento eficiente dos conteúdos, os membros do grupo dividiram-se em setores. O setor Científico ficou responsável pela definição dos temas, pesquisa bibliográfica e elaboração dos textos e resumos. Tais pesquisas eram feitas com o objetivo de levantar informações fundamentadas em artigos provenientes de fontes seguras. Alguns dos sites e portais utilizados foram: *American Chemical Society*, periódicos CAPES, Sociedade Brasileira de Química, *Scielo*, *Web of Science*, *Science Direct*, *Scopus* e PubMed. Após elaboração das pesquisas, a etapa de revisão era realizada para garantir maior confiabilidade e coerência das informações, em especial no que se tratava da linguagem utilizada nos textos, já que o intuito é a produção de conteúdos científicos e acessíveis.

A produção da identidade visual também é uma etapa muito importante, já que nas redes sociais a atenção do público está diretamente relacionada à estética do que está sendo visto. Sendo assim, o setor de *Marketing* recebia os resumos elaborados pelo setor Científico e encarregava-se de elaborar as artes visuais e mídias digitais dos conteúdos. Para isso, a principal ferramenta de *design* e edição utilizada foi o aplicativo online *Canva*.

Com a arte projetada e finalizada, a última etapa era então o compartilhamento da publicação na página do projeto. Os curadores da página controlam as interações com o público, acompanhando a quantidade de curtidas, além de responderem comentários e mensagens.

No período analisado foram publicados os seguintes temas: A química do sangue; Tiradentes e a química da odontologia; A química da brasileira; Profissões fundamentadas na Química; Os cientistas cearenses mais influentes da atualidade; A química da leitura; A química do amor; Químicos brasileiros que fizeram história e Dia Internacional do Orgulho LGBTQIAPN+.

Por fim, a verificação quantitativa do interesse do público pelas publicações desse período foi feita através da análise das métricas fornecidas pela própria plataforma e geradas periodicamente no perfil do grupo. São elas: alcance, total de seguidores, compartilhamentos, engajamento, quantidade de comentários e curtidas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após reuniões visando planejamento e mapeamento de temas relevantes e interessantes para o público-alvo, deu-se início às publicações na plataforma *Instagram*. A partir da análise de parâmetros como alcance, impressões, interações, salvamentos, curtidas e compartilhamentos no período de março a maio de 2023, disponibilizados pela ferramenta *Insights* da própria mídia social, observou-se que os resultados foram muito satisfatórios.

A ferramenta *Insights* ajuda os criadores de conteúdo a terem uma visão de como seu trabalho está sendo recebido pelo público e em quais pontos ele pode investir para melhorar. Ela também permite obter informações como faixa etária, gênero, localidade, e os horários de maior acesso à plataforma, o que auxilia na decisão do melhor horário para realizar as postagens.

Durante o período analisado, o perfil alcançou cerca de 2.161 contatos, das quais 660 (30,54 %) eram de seguidores da página e 1.501 (69,46 %) de não seguidores, mostrando que os conteúdos divulgados estavam tendo um ótimo percentual de interação de novas contas e



possibilitando o aumento de novos seguidores. O engajamento foi mantido com 423 contas e 15.927 impressões foram obtidas considerando todas as publicações realizadas, seja no *feed*, *reels* ou *stories*.

As publicações de maior relevância e potencial de agregação de novos seguidores foram o “Dia Internacional do Orgulho LGBTQIAPN+”, divulgada utilizando a função *reels*, com um alcance de 995 contas, 12 compartilhamentos, 72 curtidas e 10 novos seguidores para o perfil. Cabe destacar que a função *reels* foi um fator preponderante para o destaque dessa publicação frente às outras, que foram publicadas no formato de *post* no *feed* da plataforma *Instagram*. A publicação “Químicos brasileiros que fizeram história”, apresentou o segundo maior alcance (436 contas), 8 salvamentos e 86 curtidas e o *post* “Química do sangue” alcançou 373 contas, tendo 5 salvamentos e 81 curtidas.

Outras postagens de destaque foram “A Química do amor”, com alcance de 356 contas, 66 curtidas e 8 compartilhamentos, “A Química da brasileira”, com alcance de 344 contas, 6 compartilhamentos e 55 curtidas e “Os cientistas cearenses mais influentes da atualidade”, com um alcance de 296 contas, 5 compartilhamentos e 47 curtidas. Estas, embora com poucos compartilhamentos, obtiveram boas quantidades de curtidas e salvamentos, o que demonstrou um interesse do público por estes temas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As métricas disponibilizadas pela ferramenta *Insights* do *Instagram* demonstraram uma aceitação positiva pelo público, que é diverso, além de mostrarem o grande potencial de divulgação da plataforma, que chegou a apresentar um alcance mundial.

Por meio das atividades coordenadas ente os membros, o projeto tem conseguido aumentar seu número de seguidores, manter-se ativo nas redes e compartilhar curiosidades e conteúdos de cunho científico sobre a Química de forma efetiva e segura. Dessa forma o grupo contribuiu para a promoção da Química dentro e fora da universidade, além de ter contribuído para o combate às *fake news*.

Palavras-chave: Divulgação científica; *Instagram*; *ACS Student Chapter*; *Insights*; *Fake news*.

REFERÊNCIAS

IBIAPINA, V. F.; GONÇALVES, M. *Instagram: Uma proposta digital para o ensino de Química e divulgação científica. Revista Docência e Cibercultura*, v. 7, n. 1, p. 1, 2023.

LANA, R. M.; COELHO, F. C.; GOMES, M. F. C.; CRUZ, O. G.; BASTOS, L. S.; VILLELA, D. A. M.; CODEÇO, C. T. Emergência do novo coronavírus (SARS-CoV-2) e o papel de uma vigilância nacional em saúde oportuna e efetiva. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 36, n. 3, 2020.

MATOS, R.C. *Fake news* frente a pandemia de COVID-19. **Vigilância Sanitária em Debate**, v. 8, n. 3, p. 78-85, 2020.

Observatório da Comunicação - Obercom. **As fake news numa sociedade pós-verdade: contextualização, potenciais soluções e análise**. Lisboa: Observatório da Comunicação, 2018. Disponível em: <<https://obercom.pt/wp-content/uploads/2018/06/2018-Relatorios-Obercom-Fake-News.pdf>>. Acesso em: 22 out. 2023.

OMS declara fim da Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional referente à COVID-19. **Organização Pan-Americana da Saúde (OPAS)**, 5 de mai. 2023. Disponível em: <<https://www.paho.org/pt/noticias/5-5-2023-oms-declara-fim-da-emergencia-saude-publica-importancia-internacional-referente>>. Acesso em: 22 out. 2023.

ROCHA, Y.M.; DE MOURA, G.A.; DESIDÉRIO, G.A.; OLIVEIRA, C. H.; LOURENÇO, F. D.; NICOLETE, L. D. F. The impact of fake news on social media and its influence on health during the COVID-19 pandemic: a systematic review. **Journal of Public Health**, v. 31, p. 1007–1016, 2023.

RODRIGUES, M. F. R.; JESUS, E. C.; GAMES, P. D.; COSTA, F. J. Um Clube de Ciências virtual em tempos de pandemia: o uso da rede social Instagram como uma possível ferramenta para a divulgação científica. **The Journal of Engineering and Exact Sciences**, v. 7, n. 4, 2021.

ROMÃO, K.H.O.; JÚNIOR, C.A.S. Instagram como ferramenta na divulgação científica e extensão universitária. **Brazilian Journal of Health Review**, Curitiba, v. 5, n. 3, p.10679-10691, 2022.

RODRIGUES, M. F. R., JESUS, E. C., GAMES, P. D., & COSTA, F. J. (2021). Um Clube de Ciências virtual em tempos de pandemia: o uso da rede social Instagram como uma possível ferramenta para a divulgação científica. **The Journal of Engineering and Exact Sciences**, v. 7, n. 4, p. 1-10, 2021.