REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

DO LABORATÓRIO PARA O *FEED*: O USO DE REDES SOCIAIS PARA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA

FROM THE LABORATORY TO THE FEED: THE USE OF SOCIAL MEDIA FOR SCIENTIFIC DISSEMINATION

DEL LABORATORIO AL FEED: EL USO DE LAS REDES SOCIALES PARA LA DIFUSIÓN CIENTÍFICA

Pedro Clarindo Silva Neto[1], Yandra de Mesquita Moura[2], Abner Gomes da Costa[3], Cristiano Maciel[4], Ana Lara Casagrande[5], Thiessa Esteves Leite[6], Tiago de Almeida Lacerda[7], Evandro Cesar Freiberger[8]

e727216
https://doi.org/10.47820/recima21.v7i2.7216

PUBLICADO: 02/2026

RESUMO

Este artigo analisa o projeto “Deu *Like* na Ciência”, que utiliza o Instagram para a divulgação científica voltada a estudantes do ensino médio do Instituto Federal de Mato Grosso (IFMT). A pesquisa, de natureza descritiva e quantitativa, utilizou um questionário via Google Forms com 285 estudantes para identificar hábitos digitais, aliando esses dados às métricas globais de engajamento da plataforma. Os resultados demonstram que a definição estratégica de horários e o uso de vídeos curtos no formato *Reels* potencializam o alcance. Evidenciou-se que as postagens com maior engajamento foram aquelas realizadas em colaboração institucional, ampliando a visibilidade para além dos seguidores. Conclui-se que o Instagram é uma ferramenta eficaz para aproximar jovens do universo acadêmico, desde que a comunicação seja planejada com base em dados e linguagem acessível.

PALAVRAS-CHAVE: Ensino Médio Integrado. Redes Sociais. Divulgação Científica. Iniciação Científica

ABSTRACT

This article analyzes the "Deu Like na Ciência" project, which uses Instagram for scientific communication aimed at high school students at the Federal Institute of Mato Grosso (IFMT). The research, descriptive and quantitative in nature, used a questionnaire via Google Forms with 285 students to identify digital habits, combining these data with the platform's global engagement metrics. The results demonstrate that strategic timing and the use of short videos in Reels format enhance reach. It was evidenced that the posts with the highest engagement were those made in institutional collaboration, increasing visibility beyond followers. It is concluded that Instagram is an

[1] Mestre em Computação, IFMT – Campus Cuiabá -Cel. Octayde Jorge da Silva, Cuiabá, Mato Grosso, Brasil.
[2] Ensino Médio Integrado ao Curso Técnico de Informática, IFMT – Campus Cuiabá -Cel. Octayde Jorge da Silva, Cuiabá, Mato Grosso, Brasil.
[3] Ensino Médio Integrado ao Curso Técnico de Informática, IFMT – Campus Cuiabá -Cel. Octayde Jorge da Silva, Cuiabá, Mato Grosso, Brasil.
[4] Doutor em Computação, Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, Mato Grosso, Brasil.
[5] Doutora em Educação, Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT), Cuiabá, Mato Grosso, Brasil.
[6] Mestra em Educação Profissional, IFMT – Campus Cuiabá -Cel. Octayde Jorge da Silva, Cuiabá, Mato Grosso, Brasil.
[7] Mestre em Computação, IFMT – Campus Cuiabá -Cel. Octayde Jorge da Silva, Cuiabá, Mato Grosso, Brasil.
[8] Doutor em Computação, IFMT – Campus Cuiabá -Cel. Octayde Jorge da Silva, Cuiabá, Mato Grosso, Brasil.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

effective tool for bringing young people closer to the academic universe, provided that communication is planned based on data and accessible language.

KEYWORDS: *Integrated High School (with Technical Training). Social Media. Science Communication. Scientific Initiation.*

RESUMEN
Este artículo analiza el proyecto "Deu Like na Ciência", que utiliza Instagram para la divulgación científica dirigida a estudiantes de secundaria del Instituto Federal de Mato Grosso (IFMT). La investigación, de carácter descriptivo y cuantitativo, utilizó un cuestionario vía Google Forms con 285 estudiantes para identificar hábitos digitales, combinando estos datos con las métricas globales de interacción de la plataforma. Los resultados demuestran que la definición estratégica de horarios y el uso de videos cortos en formato Reels potencian el alcance. Se evidenció que las publicaciones con mayor interacción fueron aquellas realizadas en colaboración institucional, ampliando la visibilidad más allá de los seguidores. Se concluye que Instagram es una herramienta eficaz para acercar a los jóvenes al universo académico, siempre que la comunicación se planifique con base en datos y lenguaje accesible.

PALABRAS CLAVE*: Bachillerato Integrado. Redes Sociales. Divulgación Científica. Iniciación científica.*

INTRODUÇÃO

Considera-se que a aproximação dos jovens à ciência é essencial para garantir a continuidade das pesquisas e do desenvolvimento científico. Com base nessa premissa, o projeto de pesquisa Deu Like na Ciência propôs o uso estratégico das redes sociais como meio de divulgação científica, com foco no Instagram, uma das plataformas mais populares entre adolescentes e jovens adultos (Jesus, 2024).

Vivemos na era da cultura digital (Gere, 2008), em que as redes sociais se consolidaram como canais fundamentais de comunicação. O Instagram, em especial, destaca-se por sua versatilidade ao permitir a veiculação de conteúdos de entretenimento, informativos e educacionais, com formatos dinâmicos e de fácil acesso. Nesse contexto, o projeto intitulado Deu Like na Ciência buscou explorar o potencial da plataforma para disseminar informações científicas de forma acessível, atrativa e confiável, voltada especialmente aos estudantes do ensino médio do Instituto Federal de Mato Grosso (IFMT), campus Cuiabá Cel. Octayde Jorge da Silva.

Enquanto muitos veem o Instagram apenas como um espaço de lazer, esta pesquisa partiu de uma provocação simples: Como podemos utilizar essa rede a nosso favor como um canal de divulgação científica? Com esse questionamento, os participantes do projeto iniciaram uma investigação baseada em métricas fornecidas pela própria rede social, coletadas do painel profissional de um perfil criado exclusivamente para esse fim.

Assim como grandes empresas utilizam dados para compreender o comportamento de seus consumidores antes de lançar produtos no mercado (Martino, 2014), este estudo teve início com a

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

coleta e análise de dados para entender o comportamento do público-alvo. Com base nesses dados, foram avaliadas as melhores práticas de engajamento, horários mais eficazes para projeção das publicações e os tipos de conteúdo com maior alcance, permitindo, assim, estabelecer estratégias eficientes de comunicação científica por meio das redes sociais (Santos *et al.,* 2025; Ferreira; Sousa, 2024).

1. REFERENCIAL TEÓRICO

Com o passar das últimas décadas, com o grande avanço da internet, as redes sociais ganharam um potencial que vai além de vínculo social e entretenimento, mas também, sendo utilizada para disseminação de conhecimento científico para pessoas de diferentes faixas etárias (Hunter, 2020). E redes sociais como o TikTok, X (Twitter), Youtube e Instagram já vêm sendo exploradas como um meio de divulgação científica, principalmente para o público-alvo dessa pesquisa, os adolescentes, através de estratégias que adaptam a linguagem e o estilo do conteúdo.

De acordo com Soares e Avanzi (2024), é possível perceber que estudantes dedicam alguma fração do seu tempo de uso das redes sociais à algum conteúdo científico. Ao analisar redes sociais como o Instagram, X (Twitter) e TikTok, foi possível aumentar a clareza do poder que estas ferramentas possuem ao divulgar qualquer tipo de conteúdo.

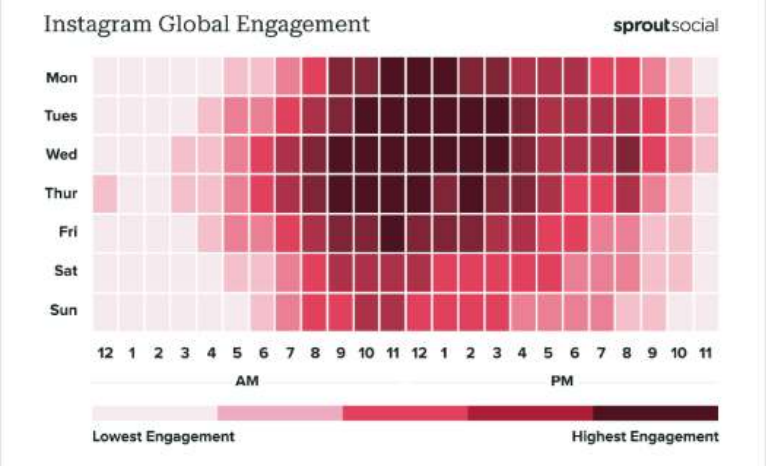
No estudo de Araújo (2023), o Instagram foi empregado para medir o impacto das redes sociais na alfabetização científica de estudantes do ensino médio. Embora essas plataformas facilitem a circulação de desinformação, o uso orientado de páginas de divulgação científica pode estimular o pensamento crítico, incentivando os alunos a verificarem fontes e a determinarem a veracidade dos dados, desenvolvendo, assim, a competência de analisar conteúdos com base em evidências. Para que o compartilhamento de informações atinja públicos específicos, são necessárias adaptações que facilitem a compreensão. Nesse contexto, a pesquisa de Merli (2020) utilizou a cultura geek como estratégia para a divulgação científica entre adolescentes, atraindo o interesse desse grupo e promovendo um diálogo mais acessível entre a ciência e a juventude.

Ademais, com o intuito de analisar padrões de comportamento digital, o Sprout Social (2024) investigou os períodos de maior tráfego em redes como o Instagram, X e Facebook. Observou-se que a constância, tanto nos dias quanto nos horários das postagens, é um fator determinante para a manutenção do engajamento. Essa regularidade é essencial para criar expectativa e consolidar o hábito de consumo de conteúdo por parte dos seguidores e do público interessado, garantindo uma comunicação mais eficaz.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

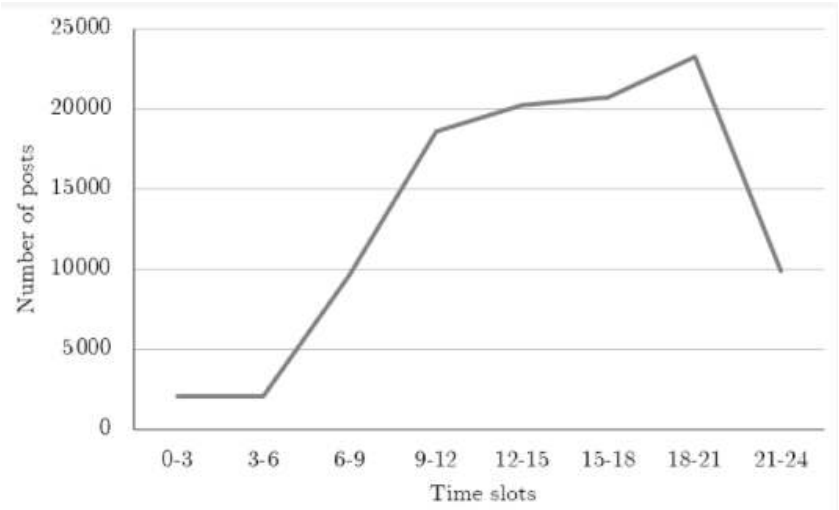
Figura 1. Métricas de Engajamento Global do Instagram por Dia e Horário



Fonte: SPROUT SOCIAL (2024).

Conforme a Figura 1, os melhores horários para postar no Instagram situam-se entre 9h e 15h, sendo o pico de engajamento registrado por volta das 11h durante todos os dias. Em relação aos dias da semana, destacam-se as terças, quartas e quintas-feiras como os mais favoráveis, com a quarta-feira sendo o dia com maior engajamento global na plataforma.

Figura 2. Concentração de Postagens em Intervalos de Tempo Específicos Durante o dia no Instagram



Fonte: Salvatore (2020, p.6).

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

Já os dados apresentados na Figura 2 mostram que a maior parte das publicações ocorre entre 9h e 21h. No estudo feito por Salvatore (2020) que tem como objetivo prever a popularidade de futuros posts no Instagram através da coleta de dados, estudou 2545 usuários da rede social para determinar a média de *likes* por post que eles recebiam e os horários preferidos para realizar as postagens. Isso sugere uma correlação entre os horários mais utilizados para postagem e os períodos de maior engajamento, indicando que os usuários tendem a interagir mais com conteúdos publicados durante esse intervalo, por isso, a preferência diante do momento de fazer a postagem.

A comparação entre essas duas fontes reforça a importância de planejar postagens em horários estratégicos, considerando as tendências globais de uso da plataforma.

2. MÉTODOS

A presente pesquisa caracteriza-se como um estudo de natureza descritiva com abordagem quantitativa. A pesquisa descritiva, conforme define Gil (2008), tem como objetivo primordial a descrição das características de uma determinada população ou fenômeno, utilizando-se de técnicas padronizadas de coleta de dados, como o questionário. A abordagem quantitativa, por sua vez, fundamenta-se na premissa de que os fenômenos sociais podem ser quantificados, permitindo que opiniões e informações sejam traduzidas em dados numéricos para análise estatística (Gil, 2008).

Para a coleta de dados primários, foi empregado o método de pesquisa *survey*, que consiste na obtenção de informações sobre características, ações ou opiniões de um grupo de pessoas por meio de um instrumento de pesquisa predefinido, geralmente um questionário (Freitas *et al.,* 2000; Fink, 1995). Este método foi escolhido por sua adequação para produzir descrições quantitativas de uma população e por permitir a análise de padrões de comportamento em larga escala.

Antes da criação do perfil e do início das postagens sobre conteúdos relacionados à ciência, foi realizado um levantamento para compreender melhor os hábitos digitais do público-alvo, estudantes do ensino médio integrado do IFMT. O objetivo era identificar tanto a rede social mais utilizada quanto os horários de maior atividade *on-line*, a fim de maximizar a visibilidade e o alcance das publicações do projeto em questão.

Considerando que esses estudantes demonstram, de modo geral, familiaridade e domínio no uso de tecnologias digitais (UFMG, 2021), foi elaborado um formulário utilizando a ferramenta Google Forms, que posteriormente foi amplamente divulgado no campus, no mês de novembro de 2024, por meio de QR Codes estrategicamente posicionados e visualmente chamativos. A escolha do Google Forms justifica-se por sua facilidade de acesso, capacidade de tabulação automática dos dados e ampla aceitação entre o público jovem.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

Ao todo, 285 estudantes do IFMT - Campus Cel. Octayde Jorge da Silva - participaram da pesquisa. Entre as perguntas, destacava-se: "Em qual período do dia você mais utiliza as redes sociais?", com quatro opções de resposta: manhã (06h às 11h), tarde (12h às 17h), noite (18h às 23h) e madrugada (00h às 05h).

Os resultados indicaram que mais de 70% dos 285 respondentes utilizam as redes sociais predominantemente no período da noite. Quanto à rede social preferida, o Instagram foi apontado como a mais utilizada, isto é, a mais popular. Com base nesses dados, foi criado o perfil @deulikenaciencia na plataforma Instagram, alinhando estratégia e horário de postagem ao comportamento digital dos estudantes.

Adicionalmente, foram utilizadas as métricas fornecidas pela plataforma Instagram, por meio da ferramenta Instagram Insights. Esta ferramenta de análise de dados permite o monitoramento de indicadores de desempenho, como alcance, engajamento, visualizações e dados demográficos da audiência, sendo essencial para a avaliação da eficácia das estratégias de comunicação científica em redes sociais (INSTAGRAM, 2025).

A partir da análise integrada dos dados coletados na pesquisa local e das métricas globais fornecidas pelo Instagram Insights, foi possível definir com mais precisão os dias e horários ideais para a publicação dos conteúdos. O objetivo principal era atingir o público-alvo, estudantes do ensino médio integrado, nos momentos em que estivessem mais ativos nas redes sociais.

Com base nas respostas obtidas no formulário aplicado localmente, foram identificados dois períodos com maior potencial de engajamento: o intervalo entre 11h e 13h, horário em que os estudantes costumam fazer pausa para o almoço, e o período noturno, que concentra a maior parte da atividade online segundo os dados locais. Essas informações foram compatibilizadas com as métricas globais, que também indicaram altos índices de engajamento nesse intervalo de tempo.

2.1. Encaminhamentos sobre as postagens e operacionalização do perfil

Para operacionalizar o perfil @deulikenaciencia, estabeleceu-se a publicação de um vídeo semanal, priorizando a constância e a qualidade técnica do conteúdo. Com base nas métricas analisadas, a quinta-feira foi definida como o dia ideal para as postagens, por se destacar como um dos períodos de maior engajamento global na plataforma. Como aponta Costa (2021), o alcance consistente em redes sociais é fruto de um processo contínuo de planejamento e análise, tornando a definição de horários estratégicos e a manutenção de uma rotina regular elementos essenciais para o sucesso da comunicação científica.

Quanto ao horário, as publicações foram fixadas às 11h30, escolha estrategicamente alinhada ao pico de engajamento global (11h) e, simultaneamente, ao intervalo escolar do público-alvo local. Essa estratégia permitiu abranger dois momentos-chave: a janela de tempo de maior

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

visibilidade na plataforma e o período em que os estudantes possuem maior disponibilidade de acesso. Dessa forma, buscou-se maximizar a entrega do conteúdo acadêmico no momento de maior receptividade dos usuários.

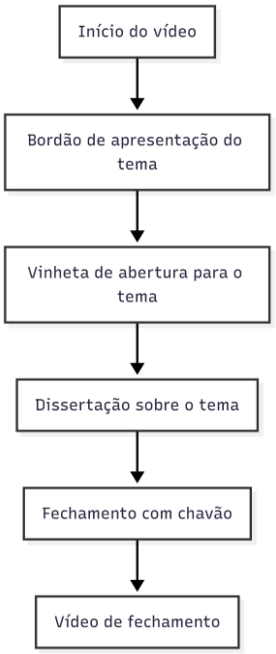
Para a análise de desempenho das postagens, incluindo métricas de visualizações, alcance e engajamento, utilizaram-se as ferramentas integradas do Instagram para contas profissionais. Essa configuração permite acesso ao Painel Profissional e ao recurso *Insights*, que fornece dados detalhados sobre como o público interage com cada conteúdo (Instagram, 2025). Esses dados foram fundamentais não apenas para a avaliação dos resultados do projeto, mas para fundamentar as decisões estratégicas sobre a produção e a publicação dos conteúdos subsequentes.

O formato principal adotado para as postagens foi o de vídeos curtos, com duração máxima de até 3 minutos e um linguajar sucinto que utiliza poucos termos técnicos, por oferecer maior potencial de engajamento nas redes sociais, quando comparado a outros formatos, como imagens estáticas ou textos longos. Esse tipo de conteúdo é mais dinâmico e facilita a retenção da atenção dos espectadores, especialmente do público jovem (Ashraf, 2024). Ou seja, é necessário adaptar os conteúdos para o nicho juvenil, seguindo os padrões do momento, sendo os vídeos curtos, e assim utilizar esta rede a nosso favor para a propagação de conteúdo científico.

Embora o objetivo inicial fosse a produção exclusiva de vídeos curtos, dois vídeos com duração superior a 30 minutos foram publicados no YouTube, no canal Engenharia de Software Aplicada (esaifmt). Esses vídeos correspondem a entrevistas completas, adaptadas para o Instagram por meio de cortes de 1 a 2 minutos, mantendo a estrutura indicada na Figura 3, otimizando a visualização na plataforma.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

Figura 3. Diagrama de estrutura de vídeos curtos para o Instagram



Fonte: Elaboradas pelos próprios autores.

A produção audiovisual foi estruturada em três eixos temáticos para guiar o espectador na compreensão do ecossistema científico. O primeiro grupo de vídeos focou na introdução à vida acadêmica e integridade na pesquisa, abordando desde o Currículo Lattes, com orientações práticas para estudantes do ensino médio, até os conceitos de Graduação e Pós-graduação como degraus de especialização profissional. Para garantir a identidade e a ética do pesquisador, foram produzidos conteúdos sobre o ORCID, detalhando sua função na distinção de autores e prevenção de plágio, além de vídeos sobre Citação, Referência e as normas da ABNT, que fundamentam a credibilidade e a padronização de trabalhos acadêmicos. Complementando este bloco, o vídeo O que é Campus? contou com o diretor-geral do IFMT Campus Cuiabá para contextualizar o ambiente universitário aos novos alunos.

O segundo eixo tratou especificamente do fluxo de comunicação e métricas científicas, detalhando os processos editoriais e de validação. Foram explicados os papéis dos Periódicos Científicos na difusão do saber e o funcionamento das Conferências Científicas como espaços de debate. O rigor científico foi pautado pelos vídeos sobre Revisão por Pares e Revisão às Cegas, destacando a imparcialidade na avaliação crítica, além do Fator de Impacto, que apresentou aos estudantes como a relevância de um artigo é mensurada.

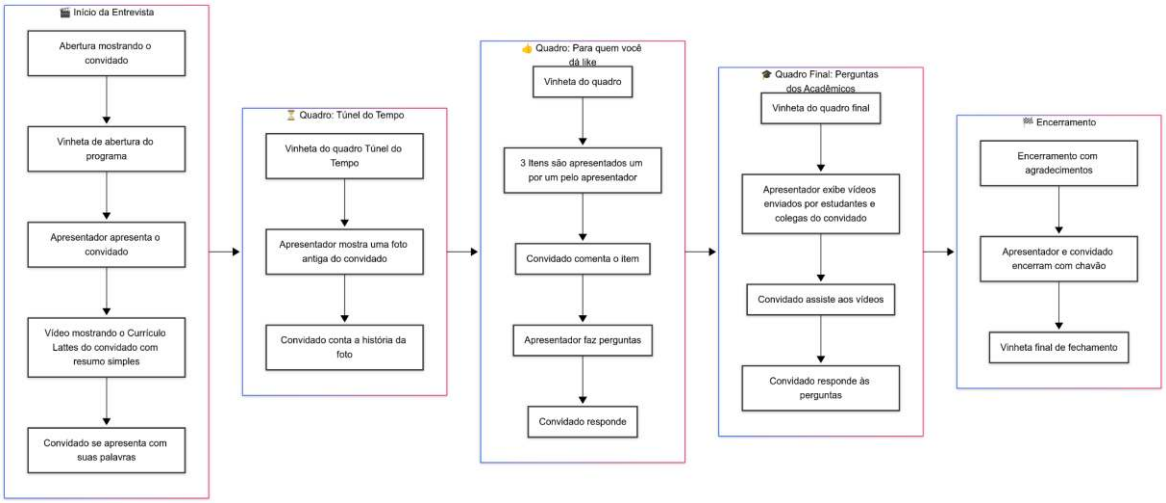
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

Também foram abordados elementos estruturais de artigos, como o Abstract, e metodologias específicas, incluindo o uso de Grupos de Controle em experimentos (com a Profa. Josane Ferreira), a execução de Coletas de Campo (com a Dra. Thais Melo), a Análise Semiótica na comunicação (com o Prof. Vinícius Carvalho) e os testes de Corpo de Prova em materiais de construção (com a Profa. Juzelia).

O terceiro eixo focou na interatividade e em trajetórias de pesquisadores, buscando humanizar a ciência e aproximar o público. As ações de engajamento foram registradas nos vídeos Você dá *like* na ciência? e Distribuição de Brindes, que documentaram a interação direta com seguidores e detentores de currículo Lattes. A série incluiu cortes detalhados da entrevista "Deu*Talk*" com o Prof. Cristiano Maciel (UFMT), abordando sua carreira, o fenômeno da morte no Orkut e suas pesquisas premiadas sobre Legado Digital e o destino de bens virtuais. Da mesma forma, a Profa. Ana Lara Casagrande (UFMT) compartilhou sua trajetória, discutindo criticamente o uso do ENEM como ferramenta de competição desigual entre escolas e a urgência do reconhecimento mútuo e da desierarquização entre as diferentes categorias de profissionais da educação.

Figura 4. Diagrama de estrutura das entrevistas



Fonte: Elaboradas pelos próprios autores.

Conforme ilustrado na Figura 4, estabeleceu-se uma estrutura diferenciada para os conteúdos publicados no YouTube, especificamente no canal Engenharia de Software Aplicada (esaifmt). As entrevistas completas foram planejadas para destacar trajetórias profissionais e acadêmicas de pesquisadores convidados, sendo cada episódio segmentado em três quadros fixos:

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

a Apresentação, que introduz o nome, profissão e trajetória do convidado; o Tema Específico, dedicado à discussão de tópicos relevantes da área de atuação do entrevistado; e a Reflexão Profissional, que aborda os desafios, conquistas e percepções no campo científico. Até o momento, a série conta com dois episódios realizados: o primeiro com o Professor Cristiano Maciel, do Instituto de Computação da UFMT, e o segundo com a Professora Ana Lara Casagrande, do Departamento de Ensino e Organização Escolar da mesma instituição.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Após analisar o desempenho do perfil do período de janeiro a junho de 2025, foi possível identificar os resultados do engajamento dos *posts* e *reels*, identificando as alterações nas métricas durante a rotina de vídeos criada e quando há ou não a colaboração com outros perfis.

Figura 5. Métricas de visualizações do perfil coletada em 25/06/2025



Fonte: Elaboradas pelos próprios autores.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

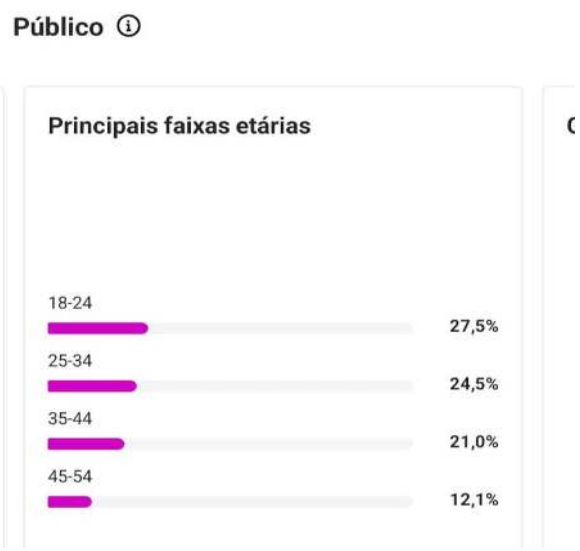
REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

Na figura 5 são destacadas as métricas que mostram as visualizações dos posts no período de 25 de janeiro a 25 de junho. Dentre elas, é possível identificar que a postagem mais acessada até junho de 2025 é "Artigo aprovado no ERSI-MT 2025", com aproximadamente 11.000 visualizações. Esse alto número se deve, principalmente, à colaboração com o perfil oficial do IFMT (@ifmtcuiabaoctayde), o que contribuiu significativamente para a divulgação do conteúdo.

A segunda postagem mais acessada, "Lançamento do Livro: Currículo Lattes - Como Criar", também contou com essa colaboração institucional, impactando diretamente no alcance do *post* entre seguidores e não seguidores, como será discutido mais adiante. É evidente que colaborações entre perfis no Instagram geram maior engajamento, pois permitem que o conteúdo seja divulgado simultaneamente em diferentes nichos, ampliando a visibilidade do perfil (Papendick, 2025).

Já a terceira postagem mais acessada foi o primeiro *reels* publicado no perfil: "Currículo Lattes". Este vídeo se destacou não apenas por ser o primeiro conteúdo do projeto, mas também por ter sido compartilhado em diversos perfis, incluindo os *stories* do IFMT. Além disso, o formato de vídeo curto impulsionou o engajamento, já que esse modelo se tornou amplamente popular com o crescimento do TikTok a partir de 2020, apresentando maior alcance se comparado a postagens convencionais (Liang; Wolfe, 2022).

Figura 6. Faixas etárias dos espectadores, 26 de maio a 24 de junho

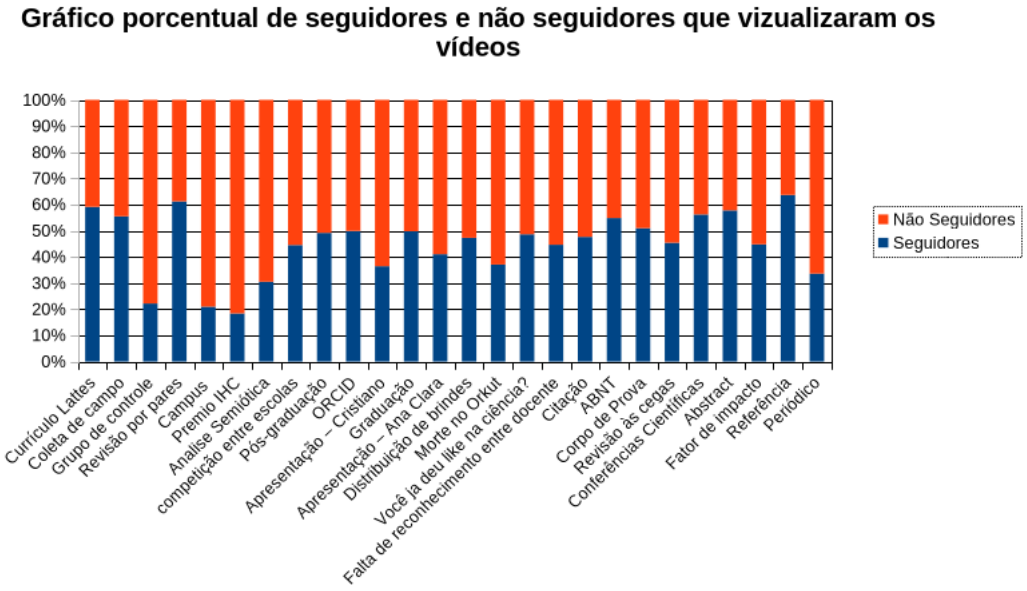


Fonte: Elaboradas pelos próprios autores.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

Figura 7. Gráfico percentual da quantidade de seguidores e não seguidores



Fonte: Elaboradas pelos próprios autores.

A figura 7 apresenta a quantidade de visualizações de seguidores e não-seguidores, que estão sendo os predominantes na maioria dos casos, o que reforça o impacto positivo das colaborações com outros criadores de conteúdo científico.

Figura 8. Gráfico de Vídeos mais visualizados



Fonte: Elaboradas pelos próprios autores.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

Na figura 8 é possível observar os vídeos mais acessados no perfil, que no caso, são aqueles que tiveram colaborações com outros perfis, como já citado anteriormente, a relação das colaborações com o público não-seguidor que visualizou as postagens se deve ao fato de que, ao colaborar com outro perfil, o conteúdo passa a ser exibido também na página do colaborador, na qual há uma audiência já engajada. No entanto, muitos usuários não exploram diretamente o perfil da colaboração, interagindo apenas com o conteúdo visualizado.

Apesar disso, os algoritmos de recomendação utilizados por plataformas que priorizam vídeos curtos, como o Instagram, analisam o comportamento e o histórico de navegação dos usuários para apresentar conteúdos relevantes (Zhang *et al.,* 2023). Portanto, as colaborações funcionam como uma porta de entrada para novos públicos, ampliando a probabilidade de que esses usuários sejam futuramente impactados por novos vídeos da página, mesmo que ainda não tenham seguido o perfil.

4. CONSIDERAÇÕES

O presente estudo demonstrou a viabilidade e a eficácia do Instagram como plataforma para a divulgação científica direcionada a estudantes do ensino médio. A partir de uma metodologia que integrou a análise de métricas globais da plataforma com dados locais coletados por meio de um questionário com 285 estudantes do Instituto Federal de Mato Grosso (IFMT) - campus Cuiabá, o projeto "Deu *Like* na Ciência" validou uma abordagem estratégica para a comunicação científica. Os resultados indicaram que a definição de horários de postagem (quintas-feiras, às 11h30), alinhada aos hábitos do público-alvo (70% com maior atividade noturna), e a utilização de colaborações com outros perfis foram fatores determinantes para maximizar o alcance e o engajamento, corroborando a premissa de que o sucesso na divulgação científica digital depende de um planejamento fundamentado em dados.

As contribuições desta pesquisa residem tanto no campo prático quanto no teórico. Na prática, oferece um modelo replicável para educadores e divulgadores científicos que buscam utilizar as redes sociais de forma mais eficiente. Teoricamente, o estudo reforça a literatura sobre o papel das mídias digitais na educação (Soares & Avanzi, 2024) e na alfabetização científica (Araújo, 2023), evidenciando que plataformas como o Instagram podem transcender o entretenimento e se consolidar como ambientes de aprendizagem informal, desde que o conteúdo seja adaptado e estrategicamente distribuído.

É importante reconhecer as limitações deste trabalho. A amostra foi restrita a uma única instituição de ensino, o que sugere cautela na generalização dos resultados. Além disso, o período de observação foi limitado e a análise dependeu dos algoritmos do Instagram, que estão em

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

constante mudança. Essas variáveis indicam a necessidade de investigações mais aprofundadas e de longo prazo para validar e expandir os achados aqui apresentados.

Atendendo à necessidade de aprofundamento acadêmico, esta experiência abre diversas frentes para trabalhos futuros. Sugerem-se estudos longitudinais que investiguem o impacto de longo prazo de projetos de divulgação científica no Instagram sobre o interesse dos estudantes por carreiras científicas e na melhoria de seu desempenho acadêmico em disciplinas de ciências. Análises comparativas sobre a eficácia de diferentes redes sociais, como TikTok, YouTube e X, para a divulgação científica também são necessárias, permitindo identificar qual formato de conteúdo (vídeos curtos, longos, textos) gera maior retenção de conhecimento. Pesquisas qualitativas, especialmente análises de discurso sobre os comentários e interações dos estudantes com as publicações, podem contribuir para compreender como o conhecimento científico é interpretado, negociado e ressignificado por esse público. Investigações sobre alfabetização midiática e científica são igualmente relevantes, explorando como a exposição a conteúdos científicos em redes sociais pode contribuir para o desenvolvimento do pensamento crítico e da capacidade dos jovens de identificar e combater a desinformação científica. Por fim, estudos sobre o papel e a responsabilidade de influenciadores digitais na formação de opinião científica entre os jovens, bem como as estratégias de comunicação que utilizam para construir credibilidade, representam uma linha de pesquisa promissora.

Em suma, o projeto "Deu *Like* na Ciência" não apenas cumpriu seu objetivo de aproximar a ciência dos estudantes, mas também serviu como um laboratório para a exploração de novas fronteiras na pesquisa em comunicação e educação científica. A continuidade e o aprofundamento dessas investigações são fundamentais para compreendermos e potencializarmos o papel das tecnologias digitais na formação de uma sociedade mais crítica e cientificamente engajada.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, Stefanie Caroline Caldeira de. **Curtir, comentar e compartilhar ciência**: a divulgação científica em redes sociais e o processo de alfabetização científica de alunos do Ensino Médio. 2023. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de São Paulo (UNIFESP), São Paulo, 2023. Disponível em: https://repositorio.unifesp.br/handle/11600/69674. Acesso em: 26 ago. 2025.

ASHRAF, G. International Scientific Journal of Engineering and Management A Study Analyzing Instagram Reels as a Powerful Marketing tool. I**nternational Scientific Journal of Engineering and Management**, v. 3, 2024. Disponível em: https://doi.org/10.55041/ISJEM01746. Acesso em: 12 ago. 2025.

COSTA, V. P. Gestão do relacionamento nas redes sociais – um desafio para o influenciador digital engajar seus seguidores. 2021. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Administração) - Centro Universitário Unichristus, Fortaleza, 2021. Disponível em: https://repositorio.unichristus.edu.br/jspui/handle/123456789/1452. Acesso em: 12 ago. 2025.

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

FERREIRA, L. L. I.; SOUSA, R. R. Uma revisão sistemática sobre as mídias sociais e seus efeitos na melhoria da qualidade da educação. **RECIMA21 - Revista Científica Multidisciplinar**, v. 5, n. 6, p. e565317, jun. 2024. Disponível em: https://recima21.com.br/index.php/recima21/article/view/5317. Acesso em: 12 ago. 2025.

FINK, A. **The Survey Handbook**. Thousand Oaks: Sage Publications, 1995.

FREITAS, H.; OLIVEIRA, M.; SACCOL, A. Z.; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração da Universidade de São Paulo**, São Paulo, v. 35, n. 3, p. 105-112, 2000.

GERE, Charlie. **Digital Culture.** 2. ed. Londres: Reaktion Book, 2008.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HUNTER, Philip. The growth of social media in science: social media has evolved from a mere communication channel to an integral tool for discussion and research collaboration. **EMBO Reports**, v. 21, n. 5, p. e50550, 6 maio 2020. DOI: 10.15252/embr.202050550. Disponível em: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7202180/. Acesso em: 26 ago. 2025.

INSTAGRAM. **Sobre as contas profissionais no Instagram**. [S. l.]: Instagram, 2025. Disponível em: https://www.facebook.com/help/instagram/138925576505882?helpref=faqcontent. Acesso em: 8 jul. 2025.

JESUS, A. S. R. de. **A utilização do Instagram como instrumento de marketing digital em uma empresa de cosméticos e serviços**. 2024. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) - Universidade do Estado da Bahia, Salvador, 2024.

LIANG, S.; WOLFE, J. Getting a Feel of Instagram Reels: The Effects of Posting Format on Online Engagement. **Journal of Student Research**, v. 11, n. 4, 2022. Disponível em: https://doi.org/10.47611/jsrhs.v11i4.3600. Acesso em: 12 ago. 2025.

MARTINO, L. M. S. **Teoria das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

MERLI, Evandro Gabriel Izidoro. Divulgação científica para adolescentes: uso da cultura geek para divulgação de ciência nas redes sociais. 2020. Trabalho de conclusão de curso (Graduação) - Universidade Municipal de São Caetano do Sul (USCS), São Caetano do Sul, 2020. Disponível em: https://repositorio.uscs.edu.br/items/1caf4467-f816-47f8-b517-8f75f926fcc7. Acesso em: 26 ago. 2025.

PAPENDICK, Kelli. **Harness the Power of Instagram Collabs for Universities and Schools**. [*S. l.: s. n.*], 2025. Disponível em: https://www.socialnewsdesk.com/blog/harness-the-power-of-instagram-collabs-for-universities-and-schools/. Acesso em: 2 jul. 2025.

SALVATORE, C. *et al.* Popularity Prediction of Instagram Posts. Information, Popularity Prediction of Instagram Posts. **Information**, *[S. l.],* 2020. Disponível em: https://www.mdpi.com/2078-2489/11/9/453. Acesso em: 12 ago. 2025.

SANTOS, V. *et al.* Divulgação Científica em Redes Sociais para o Ensino Médio Integrado. *In:* ESCOLA REGIONAL DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO DE MATO GROSSO, 1., 2025, Cuiabá.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21

Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.

REVISTA CIENTÍFICA - RECIMA21 ISSN 2675-6218

Anais [...] Porto Alegre, RS: SBC, 2025. p. 149-153. Disponível em: https://sol.sbc.org.br/index.php/ersimt/article/view/35796. Acesso em: 12 ago. 2025.

SOARES, Jade Cristine; AVANZI, Maria Rita. As redes sociais como veículos de divulgação científica para estudantes de Ensino Médio do Distrito Federal e entorno. **Revista Educação Pública**, Brasília, v. 3, n. 3, nov. 2024. Disponível em: https://doi.org/10.18264/repdcec.v3i3.232. Acesso em: 26 ago. 2025

SPROUT SOCIAL. **Best Times to Post on Social Media in 2024**. [S. l.]: Sprout Social, 2024. Disponível em: https://sproutsocial.com/insights/best-times-to-post-on-social-media/. Acesso em: 15 jul. 2025.

UFMG. Quais são os instrumentos de coleta de dados de pesquisa. **Mundo Acadêmico**, 2021. Disponível em: https://biblio.direito.ufmg.br/?p=5116. Acesso em: 15 jul. 2025.

ZHANG, Y. *et al.* Leveraging Watch-time Feedback for Short-Video Recommendations: A Causal Labeling Framework. *In:* ACM INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION AND KNOWLEDGE MANAGEMENT, 32., 2023, Birmingham. **Proceedings** [...] Birmingham, UK: ACM, 2023. p. 4952-4959. Disponível em: https://doi.org/10.1145/3583780.3615483. Acesso em: 12 ago. 2025.

ISSN: 2675-6218 - RECIMA21
Este artigo é publicado em acesso aberto (Open Access) sob a licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional (CC-BY), que permite uso, distribuição e reprodução irrestritos em qualquer meio, desde que o autor original e a fonte sejam creditados.