



A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE O PLÂNCTON NO INSTAGRAM

Natália Correia Torres Campos¹

natalia.campos@upe.br

Ariane Pereira da Costa¹

ariane.costa@upe.br

Rayane Maria Castro da Silva¹

rayane.castro@upe.br

Mariana Guenther¹

mariana.guenther@upe.br

¹ Instituto de Ciências Biológicas, Universidade de Pernambuco

INTRODUÇÃO

Estamos vivendo atualmente, entre 2021 e 2030, a Década da Ciência Oceânica para o Desenvolvimento Sustentável, iniciativa proposta pela Organização das Nações Unidas que visa conscientizar a população em todo o planeta sobre a importância dos oceanos e mobilizar instituições públicas e privadas, e a sociedade civil em ações dirigidas para a manutenção da saúde e sustentabilidade dos ecossistemas marinhos (<https://www.oceandecade.org/>).

Dentre os três grandes grupos que compõem a biota oceânica, plâncton, nécton e bentos, este último representa a base das teias alimentares e a produção da maior parte de oxigênio do planeta (Trujillo; Thurman, 2019). No entanto, por serem invisíveis aos nossos olhos, são desconhecidos da maioria das pessoas. E o conhecimento científico gerado a partir de pesquisas sobre esse grupo – a área da planctonologia, ainda está restrito aos artigos científicos e livros didáticos, sendo pouco acessíveis à maioria da população.

Esse conhecimento precisa ser divulgado para além da academia, precisa chegar de fato à sociedade e por isso, a comunicação da ciência além dos pares, das universidades, dos institutos de pesquisa, é fundamental. O avanço da tecnologia tem proporcionado um maior alcance dos dispositivos multimídia, que tem se tornado uma importante ferramenta tanto de informação quanto entretenimento. Por isso, muitos cientistas e comunicadores de ciência vem utilizando diversos canais de comunicação digital para divulgar a ciência para um público não especializado, trazendo informações científicas em uma linguagem mais acessível.

As imagens têm sido cada vez mais utilizadas nas redes sociais para a divulgação da ciência. Plataformas como Instagram, utilizadas originalmente apenas para o compartilhamento de fotografias, e mais utilizadas pelo público jovem, vêm sendo mais recentemente ocupada por vários perfis de divulgação científica (Jarreau *et al.*, 2019; Caspari, 2022).

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (CGEE), organização social vinculada ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação, que teve como objetivo realizar um diagnóstico das produções discursivas acerca da ciência em plataformas digitais, foram analisados 39 temas reunidos em 41.785 *posts*, e observou-se que dentro da área das Ciências Biológicas, correspondendo a 4.053 *posts*, 604 *posts* eram sobre Ecologia, com uma porcentagem de 1,7%. A própria área das Ciências Biológicas esteve menos representada que outras áreas do conhecimento como Ciências Humanas (14.658 *posts*) e Ciências da Saúde (10.438 *posts*) (CGEE, 2024). Percebe-se a partir desses dados que a divulgação envolvendo assuntos sobre o meio ambiente ainda é pouco procurada e incentivada, mesmo em um período onde a crise ambiental e climática mundial está cada vez mais insustentável.

Diante desse contexto, e considerando a importância da cultura oceânica para a nossa sobrevivência e o papel do plâncton na manutenção dos ecossistemas marinhos, o objetivo dessa pesquisa é avaliar o estado da arte da divulgação científica sobre o plâncton nos perfis do Instagram.



MATERIAIS E MÉTODOS

Essa pesquisa foi baseada no levantamento dos perfis brasileiros do Instagram voltados para a ciência oceânica e mais especificamente para a planctonologia. Para tal foram pesquisadas as seguintes palavras-chave na barra de pesquisa do Instagram: “plâncton”, “fitoplâncton”, “zooplâncton”, “ictioplâncton” e “holoplâncton”. A partir desse levantamento foram selecionados 54 perfis dedicados à divulgação da ciência oceânica, mais especificadamente com abordagens sobre o plâncton.

Em seguida foi realizada a análise dos perfis selecionados com base em algumas variáveis de estudo: número de publicações dos perfis, número de seguidores, região, inclusão de referências bibliográficas nas publicações, atividade do perfil em 2024, formação profissional dos produtores de conteúdo. Todas essas informações foram compiladas em uma planilha do Google Sheets.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Número de publicações dos perfis

O número de publicações dos perfis analisados variou bastante, com perfil que possuía apenas 01 publicação e perfis com mais de 1000 publicações. A média de publicações ficou em torno de 175 com desvio padrão de 177, estando a maioria dos perfis com menos de 100 publicações. A grande variação no número de publicações indica que não há um planejamento ou periodicidade das publicações, o que reduz a fidelização do público.

Número de seguidores

O número de seguidores também foi bastante variável, variando de pouco mais de 100 seguidores a mais de 7000. A média de seguidores ficou em torno de 1300 com um desvio padrão de 970. A maioria dos perfis (87%) apresentou número de seguidores inferior a 2000. Esses números corroboram os resultados anteriores, indicando que a variação no número de seguidores pode estar relacionada à ausência de periodicidade nas publicações.

Região da instituição ou equipe produtora

A maior parte dos perfis analisados é da região Sudeste (30,4%) seguido da região Nordeste (26,1%), Sul (21,7%) e Centro Oeste (8,7%). Para os demais (13%) não foi possível identificar a região. Nota-se uma distribuição relativamente homogênea entre as regiões SE, NE e S, indicando que a divulgação científica sobre o plâncton não está restrita às regiões historicamente com maior produtividade científica.

Inclusão de referências bibliográficas

Dos perfis analisados, apenas 31,3% incluiu referências em suas publicações no Instagram ou em suas legendas, para que os seus seguidores pudessem observar de onde as informações abordadas nas publicações foram baseadas ou retiradas. Apesar do Instagram não ter uma interface de fácil interação com links, a ausência de referências bibliográficas em postagens de divulgação científica é preocupante, apesar de muito comum, pois reduz a credibilidade da informação passada e limita o público àquele conteúdo, sem poder se aprofundar no assunto se assim o desejar.

Atividade em 2024

No ano de 2024, 78,1% dos perfis continuam ativos. Entre os inativos (21,6%) a maioria encerrou suas atividades em 2022. Esse dado indica o efeito da pandemia no aumento da produção de conteúdo nas mídias e redes sociais digitais nesse período. Ao voltarmos às atividades presenciais, muitos perfis que foram criados durante a pandemia, finalizaram suas atividades.

Formação profissional

A grande maioria dos perfis (72%) não traz nenhuma identificação sobre o profissional que produz os conteúdos. Entre aqueles que apresentam essa informação, 5% são produzidos por biólogos, 3% por ecólogos, 2% por engenheiros de pesca e 2% por alunos de graduação em Ciências Biológicas.



ou áreas afins. A ausência de indicação sobre a formação do profissional que está produzindo conteúdos de divulgação científica é mais um fator que reduz a credibilidade do perfil, pois informações passadas por profissionais habilitados ou por instituições renomadas são mais confiáveis do que aquelas de perfis mais anônimos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise preliminar dos perfis selecionados indica que a maioria dos perfis não tem uma produção frequente, o que reduz sua visibilidade e o engajamento do público, resultando em na diminuição do número de seguidores e o alcance da divulgação. Em relação a região, nota-se uma produção expressiva da região Nordeste, se equiparando com a região Sudeste, historicamente mais produtiva cientificamente. A falta de referências bibliográficas e informação sobre a formação profissional dos produtores de conteúdo podem influenciar negativamente na credibilidade das postagens. Diante desses resultados, sugerimos que os produtores de conteúdo sobre o plâncton no Instagram se atentem para a divulgação dessas informações e organizem um cronograma de produções para manter a fidelidade do público.

PALAVRAS-CHAVE: Educação Socioambiental. Divulgação Científica. Meio Ambiente. Oceano. Instagram.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos a UPE pela concessão da Bolsa de Incentivo Acadêmico para a graduanda Natália Correia Torres Campos (BIA PFA 2024) e ao CNPq pela concessão da bolsa de produtividade em pesquisa para Mariana Guenther, orientadora da pesquisa (CNPq - PQ 317375/2021-0).

Referências

- CASPARI, Gino. Instagram as a tool for archaeological science communication. **Digital Applications in Archaeology and Cultural Heritage**, v. 24, p. e00219, 2022.
- CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS – CGEE. **A ciência em diferentes arenas. Análise dos discursos midiáticos na imprensa profissional e nas mídias sociais**. Brasília, DF: 2024. 112p.
- JARREAU, Paige Brown; DAHMEN, Nicole Smith; JONES, Ember. Instagram and the science museum: a missed opportunity for public engagement. **Journal of Science Communication**, v. 18, n. 2, 2019.
- TRUJILLO, Alan P.; THURMAN, Harold V. **Essentials of Oceanography**. 13th ed. London: Pearson. 2019. 624 p.