



DO FEED AO ALCANCE: A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL DE UM PROJETO DE EXTENSÃO

Milena Coutinho Correia^{1*}, Bárbara Alves de Lima Nawate¹, Jéssica Feliciano Daich de Castilho¹, Maurici Luzia Charnevski Del Monego¹

¹Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, Brasil

*(anelimccorreia@gmail.com)

Resumo: Este estudo analisa o impacto do design gráfico e da frequência de postagens no alcance do projeto “Meninas nas Ciências” no Instagram. Por meio de análise quantitativa das métricas da plataforma entre 2025 e 2026, comparou-se a gestão amadora com a profissional. Os resultados mostram que a nova identidade visual elevou as visualizações de 18.625 para 44.950 em posts selecionados. Conclui-se que o design é essencial para fortalecer a divulgação científica nas redes.

Palavras-chave: Design gráfico; Divulgação científica; Mídias; Redes sociais

INTRODUÇÃO

A função de uma rede social é “conectar pessoas e proporcionar sua comunicação e, portanto, podem ser utilizadas para forjar laços sociais” (Recuero, 2005). Em outras palavras, um veículo de interação social que permite o compartilhamento de informação, aproximando aqueles com interesse mútuo. Consequentemente, a ampliação da cobertura de uma rede social, de forma contínua e a longo prazo, beneficia a aproximação e comunicação entre o meio acadêmico e o público geral (Barcellos; Dale, 2024).

As redes sociais elevaram a maneira de interagir a um estado que mudou como a dinâmica entre diversas áreas (negócios, ambiente acadêmico, amizade e comunicação) acontece. Isso se deu devido à sua construção baseada nas necessidades dos usuários, que alinha a funcionalidade com beleza (Santos, 2013).

Esse alinhamento se dá graças ao design, que, em seu caráter multidisciplinar, dialoga com o conteúdo, intenção e apelo visual. De tal modo que conquiste e ensine o observador externo. “A grande importância do design reside, hoje, precisamente em sua capacidade de construir pontes e forjar relações” em um mundo onde a informação é de fácil acesso, mas fragmentada e pouco curada (Cardoso, 2016).

Na esfera da comunicação científica, as redes sociais são peças-chave para uma propagação acessível e em larga escala da disseminação de informações provenientes de pesquisadores e instituições (Santos, 2024). Ante o exposto, é que se percebe o quanto crucial é esse papel do design no alinhamento das partes envolvidas nessas interações.

Nesse ambiente, é que se dá a manutenção de uma rede social, ou no caso do projeto ‘Meninas nas Ciências, um perfil no Instagram. A organização, registro e comunicação do conteúdo gerado pelas palestras, aulas e oficinas do projeto, procura tirar o máximo de proveito do “interesse natural dos alunos por essas plataformas para tornar as aulas mais atrativas e relevantes” (Almeida; Moreno-Rodríguez, 2024).

Contudo, a transposição do conhecimento acadêmico para o ambiente digital demanda uma tradução visual que vá além da simples ilustração (Bezerra; Watanabe, 2025). O design gráfico atua como um filtro semântico, transformando conceitos complexos em narrativas visuais intuitivas. A escolha do Instagram justifica-se por sua arquitetura focada no apelo visual, exigindo uma curadoria de informação rigorosa para garantir a retenção da atenção do público-alvo em meio ao fluxo informacional intenso (José *et al.*, 2024).

A construção de uma identidade visual sólida estabelece autoridade e confiabilidade à divulgação científica. Uma identidade bem definida permite que o observador identifique instantaneamente a origem da informação, criando um senso de reconhecimento institucional (Santos, 2013). No caso do SMC, essa estratégia é fundamental para romper a barreira entre a universidade e a escola pública, permitindo que o design cumpra sua capacidade de construir pontes e forjar relações em contextos diversos (Cardoso, 2016).

Além disso, a regularidade nas postagens, fator regido pelas dinâmicas algorítmicas das plataformas, torna-se um componente estratégico para a

perenidade do diálogo. A frequência atua em conjunto com a estética para converter o interesse momentâneo em engajamento contínuo, garantindo que a comunicação científica supere os desafios de dispersão e fragmentação comuns nas mídias sociais contemporâneas (Barcellos; Dale, 2024). Diante do exposto, os principais objetivos deste trabalho consistem em analisar o impacto da implementação de técnicas de design gráfico, de identidade visual e da frequência de postagens no alcance da divulgação científica do projeto “Meninas nas Ciências” através da rede social.

MATERIAL E MÉTODOS

O presente estudo caracteriza-se pela análise da gestão e das métricas do perfil do Instagram (@meninasnascienciasutfpr), vinculado ao projeto “Meninas nas Ciências”. A metodologia consistiu na avaliação comparativa de dois momentos distintos de gestão da rede social. No primeiro momento, devido à ausência de bolsas específicas para profissionais da área de design, a página se limitava a registros históricos simples de atividades, sem o uso estratégico de design. No segundo momento, a implementação de uma bolsa para atuação profissional permitiu a aplicação de técnicas de identidade visual e gestão técnica.

A coleta de dados ocorreu de forma quantitativa através da ferramenta nativa de métricas da própria plataforma, os chamados *insights* do Instagram. Por meio dessa ferramenta, monitorou-se os horários de pico de atividade dos seguidores para testar e estabelecer horários mais assertivos para as postagens regulares, visando angariar um público cativo.

Como intervenção prática, foram aplicadas técnicas específicas de design gráfico para tornar as publicações mais chamativas, com foco especial no formato de vídeos curtos (*reels*). Isso incluiu a criação de capas com artes mais dinâmicas e o desenvolvimento de animações de introdução mais complexas, atuando como chamariz para avaliar a influência da estética no alcance e na retenção do espectador.

As variáveis quantitativas analisadas para validar a expansão da influência da página incluíram: o comparativo de visualizações antes e depois da nova identidade visual, a relação entre a quantidade de publicações mensais e o número total de visualizações, os percentuais de interação divididos por tipo de conteúdo (*posts*, *stories* e *reels*), o tempo médio de retenção nos vídeos, as taxas de alcance a novos usuários não seguidores e a relação da variedade de publicações com o número de visualizações. A extração e análise detalhada das métricas mensais compreenderam o período entre junho de 2025 e março de 2026.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O projeto “Meninas nas Ciências” se beneficia, desde 2019, do Instagram para sua divulgação. Inicialmente de maneira amadora, sem as devidas ferramentas de design apropriadas, de forma “mais simples, onde eram apenas registradas fotos que acrescidas da descrição da atividade compunham o feed da rede” como descrito no trabalho “Marca, Mídia e Meninas na Ciência: A Construção da Identidade Visual em Projetos Extensionistas de Divulgação Científica” (Correia; Zanatto; Monego, 2025), que também disserta sobre o período seguinte, vigente até o momento atual, agora com real acompanhamento e uso de técnicas de design, capazes de enriquecer estaticamente e organizar a página @meninasnascienciasutfpr, e por conseguinte ampliar sua esfera de influência.

O artigo citado expôs como a implementação da gestão profissional e da nova identidade visual resultou em uma expansão imediata no alcance da divulgação científica do projeto. A análise das 45 publicações com maior número de visualizações no último ano demonstra o impacto dessa transição: enquanto 15 publicações sob a identidade visual anterior somaram 18.625 visualizações, as 30 publicações realizadas com a nova identidade atingiram a marca de 44.950 visualizações (Figura 1).

45 primeiros lugares em nº de visualizações por publicação do último ano

	Quantidade de publicações	Total de visualizações
Velha Identidade Visual	15	18.625
Nova Identidade Visual	30	44.950

Figura 1. Relação de visualizações vs publicações antes e depois da nova identidade visual.

Fonte: Adaptado de Correia, Zanatto e Monego (2025).

Desde essa análise, novas técnicas e formas de gestão foram testadas ao longo desse período até o momento. Com mais dados disponíveis pelas métricas do perfil, disponibilizadas pela própria plataforma do Instagram, permitiu identificar que os horários de pico de atividade dos seguidores concentram-se entre 18h e 21h, especialmente às segundas, terças e sextas-feiras (Figura 2), subsidiando a otimização do cronograma de postagens.



Figura 2. Print dos horários de pico disponibilizados pelo Instagram.

Com o objetivo de uma ampliação ainda maior na área de alcance e comunicação, usou-se de técnicas do design para tentar tornar as publicações mais chamativas, principalmente no que diz respeito aos *reels*, que possuem uma pouca interação do público (18,3% das interações), comparado a *posts* (45,8%) e *stories* (35,9%) (Figura 3).



Figura 3. Print com os percentuais de interação por tipo de conteúdo

Os *reels* em média, possuem uma duração que varia de 40 s a 1 min e 30 s, a baixa retenção observada nos vídeos curtos, com tempo médio de visualização

variando entre 3 e 8 segundos no primeiro trimestre de 2026 (Figura 4), justificou o investimento em animações de abertura mais complexas e capas dinâmicas.

Métricas de retenção em reels do primeiro trimestre de 2026	
Data da publicação do reel	Retenção por tempo médio de visualização
22 de janeiro	8 segundos
4 de março	6 segundos
11 de março	3 segundos
25 de março	4 segundos

Figura 4. Métricas de retenção por *reel* do 1º semestre de 2026

O impacto dessa complexidade visual no alcance é evidenciado no comparativo das Figuras 5 e 6, onde conteúdos similares de períodos distintos apresentam desempenho superior quando apresentados sob nova estética.



Figura 5. Capas Desvendando o Mundo das Abelhas



Figura 6. Capas Biodiversidade e Ciência Cidadã

Ademais, estão listados *links* que permitem o acesso a dois *reels*, um do início do 1º semestre de 2025 e outro de meados do 2º semestre do mesmo ano, a fim de comparação da complexidade de suas animações.

❖ *Reel* 'Identificação de Pigmentos através da Cromatografia de 08/04/2025: <https://www.instagram.com/reel/DIMXUopMDol/?igsh=MWJmb2ozMGV3aGphNA==>

❖ *Reel* 'Oficina de Eletrônica e Computação' de 16/10/2025: <https://www.instagram.com/reel/DP4debMDW7n/?igsh=MjVuYWVs3cWJvYWWhm>

Assim se fez possível alcançar o nível estético ao qual o perfil do Instagram é hoje submetido, e nesse sentido é importante compreender a influência dessas mudanças no modo como as pessoas interagem com a rede social.

Os dados ou *insights*, como são chamados pela própria plataforma, permitiram o acompanhamento do impacto das alterações em tempo real ao longo dos últimos meses, bem como revelou outros pontos de possível mudança, com potencial de gerar ainda mais impacto na busca pela melhor e maior interlocução projeto/divulgação científica → rede social → público-alvo.

A análise mensal consolidada apresenta a relação 'quantidade de publicações vs número de visualizações' dos meses não computados no estudo anterior (Figura 7). Quando o número de publicações praticamente duplica em relação aos dados anteriores, nota-se que o total das visualizações quase triplica. Vale ressaltar que com o acréscimo de mais uma turma de alunas das escolas públicas bolsistas do projeto, a partir de outubro de 2025, a quantidade de publicações permanentes no cronograma

aumentou, impactando diretamente no crescimento dos números apresentados.

Relação de visualizações vs publicações de Junho ao fim de 2025	
Quantidade de publicações	Total de visualizações
58	112.122

Figura 7. Relação de visualizações vs publicações.

Nos *insights* divulgados, esses valores são disponibilizados por mês, conforme é possível verificar na Figura 8, em razão disso percebe-se que uma maior taxa de publicações mensais produz resultados particularmente significativos, vê-se outubro, novembro e dezembro, que são meses de fim de ano, momento no qual a movimentação no perfil é ímpar, graças a abundância de material base para a criação de conteúdo, devido às atividades de fechamento de ano do projeto, bem como as festividades comuns nesse período.

Quantidade de publicações vs número de visualizações por mês		
Mês	Nº de publicações	Total de visualizações*
junho 2025	6	10.000
julho 2025	7	7.900
agosto 2025	5	8.000
setembro 2025	6	13.000
outubro 2025	10	21.000
novembro 2025	8	22.200
dezembro 2025	16	30.000
janeiro 2026	3	5.100
fevereiro 2026	1	3.200
março 2026	6	8.300

*valores arredondados

Figura 8. Relação por mês de visualizações vs publicações

Os dados da plataforma também apresentam os números de outros aspectos relevantes como: novos seguidores e alcance de novo público nas visualizações (Figura 9).

Métricas por mês		
Mês	% de não seguidores nas visualizações*	Nº de novos seguidores*
junho 2025	47%	24
julho 2025	36%	8
agosto 2025	43%	11
setembro 2025	40%	34
outubro 2025	35%	95
novembro 2025	**	**
dezembro 2025	42%	4
janeiro 2026	50%	**
fevereiro 2026	48%	3
março 2026	34%	29

* valores arredondados
** dados não disponibilizados pela plataforma

Figura 9. Métricas por mês de não seguidores e novos seguidores

O feed do @meninasnascienciasutfpr dispõe de um cronograma de publicações fixas: uma semana depois de um encontro do projeto é postado um *post* com as fotos do dia e na semana seguinte um *reel* lembrando o evento. No que diz respeito aos posts, eles possuem uma capa padrão com o nome da atividade e do profissional que a ministrou, com cores distintas para palestras e para oficinas (Figura 10).



Figura 10. Capas padrão da turma 1 - 2025

Quanto aos *reels*, esses possuem capas diversas, cada uma relacionada ao conteúdo apresentado pelo vídeo, e o mesmo pode se dizer de publicações fora do cronograma padrão. São essas capas que possibilitam a diversificação visual no perfil. Todavia, postagens oriundas de material fora do escopo das atividades do projeto ocorrem com frequência muito menor, por conta disso há períodos em que a página acaba ficando mais monótona.

Previamente, viu-se que o número de postagens por mês interfere nas visualizações no Instagram, nota-se

que a variedade nos tipos dessas postagens também impacta na visualização (Figura 11).

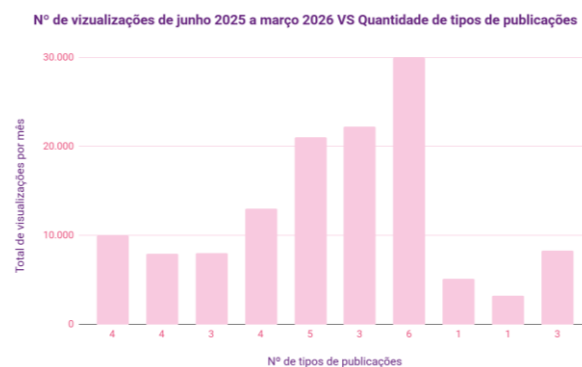


Figura 11. Relação do número de visualizações com o de tipos de publicações.

Meses com uma variedade maior conseguem angariar mais visualizações, no entanto se faz reconhecível que houve momentos que essa afirmação se contradisse, entre os meses de junho, julho e agosto, e outubro e novembro.

Em julho houve um total de 7 publicações de 4 tipos diferentes (Figura 12), exatamente o mesmo que no mês anterior, no entanto as visualizações de junho para julho diminuíram. Isso ocorre, porque é necessário analisar não somente a variedade de tipos de publicações, mas também a diversidade dentro de cada tipo, em outras palavras a variação da variação.

Número de tipo de publicação - Junho a Outubro de 2025

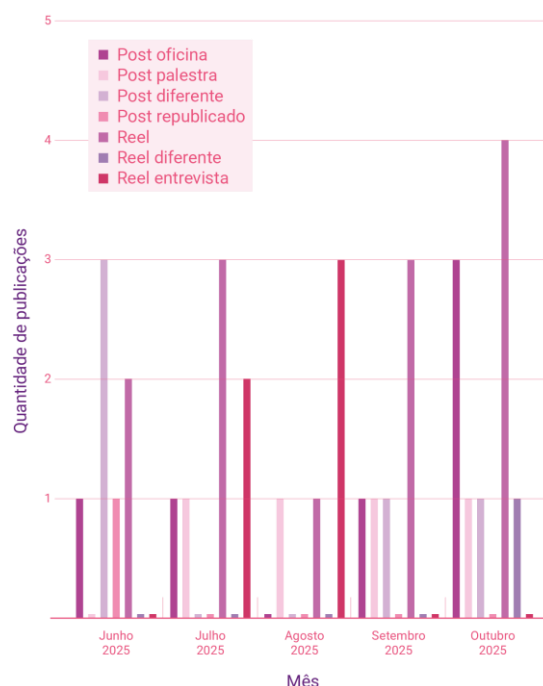


Figura 12. Quantidade de tipos de publicações de junho a outubro de 2025

Junho conta para além de 2 *reels*, com 1 *post* de oficina, 3 diferentes do padrão fixo e 1 republicado de outra conta relacionada a atividade daquele dia em questão, todos diversos entre si quanto ao conteúdo e por consequência, suas capas. Vale um adendo de que postagens republicadas não tem suas visualizações computadas pelo Instagram, porém ajudam na diversificação visual da página.

Julho, por outro lado, possui 1 *post* de oficina, 1 de palestra, 3 *reels* comuns e 2 fora do padrão, contudo esses dois são iguais entre si e iguais aos 3 seguintes do mês de agosto, todos são entrevistas com participantes do projeto, mesmo suas capas são idênticas.

Ou seja, se feita essa subdivisão quanto a conteúdo em cada tipo de postagem, é como se junho contasse na verdade com 7 tipos de publicações enquanto junho e agosto permanecem com a quantidade apresentada inicialmente na figura 12. Em outros termos, a partir de julho a página se torna monótona, o que explica o porquê de mesmo com números iguais de publicações o número de visualizações decresce.

Entre outubro e novembro, o caso é inverso, houve um aumento nas visualizações mesmo com o decréscimo na variedade de 5 para 3. Novamente, a explicação está na análise da pluralidade dentro dos tipos de postagens (Figura 13).

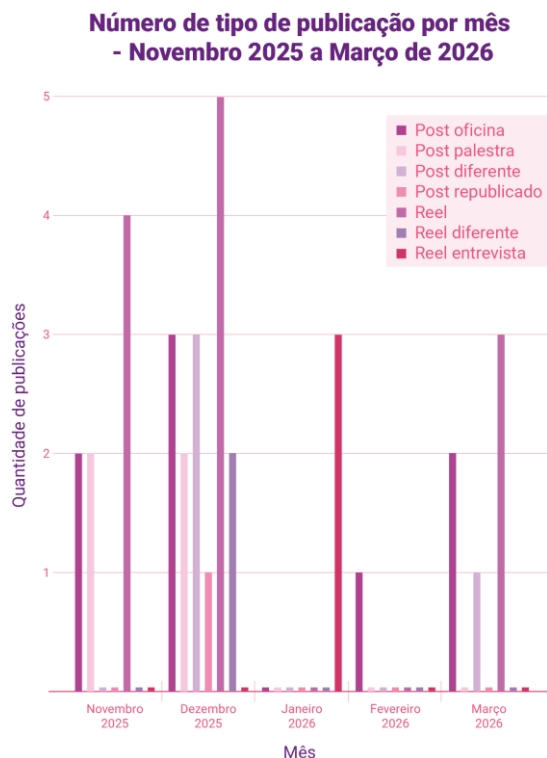


Figura 13. Quantidade de tipos de publicações de novembro de 2025 a março de 2026

Primeiramente, é necessário lembrar que a partir de outubro o projeto “Meninas nas Ciências” passou a ter duas turmas de bolsistas em dias diferentes. Por conta disso, foi necessário a implementação de capas diferentes para as publicações de cronograma de cada turma, assim já agregando pluralidade ao feed, ainda que só visual. A Figura 14 mostra exemplos das capas da turma 2 – 2025/2026.



Figura 14. Capas padrão da turma 2 – 2025/2026

Com isso em mente é possível esmiuçar a variedade entre os tipos de publicação dos meses. Outubro detém 5 tipos, mas ao analisar detalhadamente tem-se: 3 *posts* de oficina, sendo 2 da turma 1 e 1 da turma 2, que também tem 1 para palestra e 1 diferente para apresentar as novas bolsistas, há ainda 4 *reels* padrão e 1 do quadro ‘Reflexos do projeto’, onde pessoas que de alguma forma foram afetadas pelo projeto “Meninas nas Ciências” relatam um pouco da sua experiência. Novembro possui tanto 1 *post* de oficina e quanto 1 de palestra para cada turma e 4 *reels* programados.

Em resumo, fazendo novamente a subdivisão de conteúdo por tipo de postagem, outubro e novembro contam com 10 e 8 respectivamente. Com isso, infere-se que o que manteve o crescimento nas visualizações foi a multiplicidade, tanto visual quanto de conteúdo, constante no perfil, reafirmando que além da quantidade a variedade de publicações por mês melhora os índices da página, todavia não se pode ignorar a necessidade de diversidade dentro da própria variedade.

Para concluir, entende-se que desde o início do ano de 2026, com o período das férias escolares, quando a produção de conteúdo é menor, e com a volta das atividades de apenas uma turma de bolsista, ocorre uma menor geração de material para criação, então a movimentação na página estagnou, e por isso está em fase de readaptação, para voltar a gerar crescimento ao perfil, por meio de mudanças baseadas nos resultados gerados a partir das análises deste artigo.



CONCLUSÃO

O uso do design para o gerenciamento do perfil @meninasnascienciasutfpr, continua se provando uma ferramenta crucial no fortalecimento da divulgação do projeto, tal qual a expansão da comunicação científica nas redes sociais. A constância na identidade e na frequência da movimentação da página, impulsiona a conexão com o espectador externo.

Além disso, o caráter multidisciplinar do design é primordial para a adaptabilidade contínua do perfil, baseada nas frequentes mudanças nas métricas, em especial no que diz respeito a tornar as transições necessárias suaves, sem perturbar bruscamente o público, e sim acrescentando à sua experiência com a rede social.

Por fim, com base nos mais diversos dados apresentados e analisados, constatou-se que há espaço e necessidade de aplicar mais mudanças no perfil, especialmente agora nesse momento de estagnação. As possíveis mudanças terão em foco a busca por possíveis materiais que sirvam na geração de mais conteúdo, sem que saiam da área de divulgação científica do projeto, e principalmente em jeitos de fomentar a interação do público com as publicações e o perfil em geral do projeto “Meninas nas Ciências”.

AGRADECIMENTOS

Agradecimento ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq, ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação – MCTI, ao Ministério das Mulheres pelo financiamento à Universidade Tecnológica Federal do Paraná (TUFPR) Campus Curitiba, pelo apoio institucional e pela infraestrutura disponibilizada.

REFERÊNCIAS

- Almeida, J. V. V. de; Moreno-Rodríguez, A. S. Divulgação científica nas redes sociais digitais: experiências e implicações para a formação de licenciandos em biologia. *Investigações em Ensino de Ciências*, Porto Alegre, v. 29, n. 2, p. 460-478, 2024.
- Barcellos, J.; Dale C. S. Science communication on social media - Challenges and opportunities. *Brazilian*, 2024.
- Bezerra, F.; Watanabe, G. A divulgação científica nas redes sociais: um panorama das plataformas e sua relação com os cientistas divulgadores. *Revista Ensino em Debate*, Fortaleza, v. 5, 2025.
- Cardoso, R. Design para um mundo complexo (Kindle). Ubu Editora, 2016.

Correia, M. C.; Zanatto, F.; Monego, M. L. C. Del. Marca, mídia e Meninas na Ciência: A Construção da Identidade Visual em Projetos Extensionistas de Divulgação Científica. in: anais do congresso brasileiro interdisciplinar em ciência e tecnologia. Diamantina (mg) online, 2025. Disponível em: <https://www.even3.com.br/anais/congresso-brasileiro-interdisciplinar-ciencia-tecnologia/1196639-marca-midia-e-meninas-na-ciencia--a-construcao-da-identidade-visual-em-projetos-extensionistas-de-divulgacao-ci>. Acesso em: 19/04/2026

José, M.; Silva, S. C.; Gabriela. Design da informação e curadoria digital no contexto das mídias sociais de equipamentos culturais. *Informação & Informação*, v. 29, n. 1, p. 152-171, 2024.

Recuero, R. da C. Redes Sociais na Internet: Considerações Iniciais. *E-Compós*, v. 2, 2005. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/28>. Acesso em: 14 abr. 2026.

Santos, B. C. S. A Importância do Design para tornar as redes sociais mais interativas. *Texto Livre: Linguagem e Tecnologia*, v. 6, n. 1, p. 150-165, 2013. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=577163626002>. Acesso em: 14 abr. 2026.

Santos, C. D. P. dos. Mídias sociais e divulgação científica na educação em ciências: usos e percepções de alunos do ensino médio. 2024. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Educação em Ciências e Educação Matemática) - Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Cascavel - Paraná.