

# Divulgação Científica em Redes Sociais para o Ensino Médio Integrado

Vitor H. Bourcheid dos Santos<sup>1</sup>, Yandra de M. Moura<sup>1</sup>, Abner G. da Costa<sup>1</sup>, Suellen Lages<sup>1</sup>,  
Abdiel A. Gouveia Silva<sup>1</sup>, Pedro Clarindo da S. Neto<sup>1</sup>, Evandro C. Freiburger<sup>1</sup>,  
Tiago de A. Lacerda<sup>1</sup>, Thiessa E. Leite<sup>1</sup>, João Paulo D. Preti<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Instituto Federal de Mato Grosso - Campus Cuiabá - Cel. Octayde Jorge da Silva (IFMT)  
R. Zulmira Canavarros, 95 - Centro - 78005-390 - Cuiabá - MT - Brasil

{vitor.bourcheid, yandra.moura, abner.costa}@estudante.ifmt.edu.br

{lages.suellen, abdiel.silva, thiessa.esteves}@estudante.ifmt.edu.br

{pedro.neto, evandro.freiberger, tiago.lacerda, joao.preti}@ifmt.edu.br

**Abstract.** *This article analyzes the use of social media for scientific communication among students in Integrated High School programs. Based on a survey conducted with students at IFMT campus Cuiabá - Cel. Octayde Jorge da Silva, Instagram was identified as the most used platform (48.8%), as well as the times of highest online activity. An Instagram profile was created to share scientific content tailored to the students' language and interests. The initiative enabled a better understanding of the target audience's preferences and supported the development of more effective communication strategies, increasing the reach and engagement of the posts.*

**Resumo.** *Este artigo analisa o uso das redes sociais na divulgação científica entre estudantes do Ensino Médio Integrado. A partir de uma pesquisa com discentes do IFMT campus Cuiabá - Cel. Octayde Jorge da Silva, identificou-se o Instagram como a plataforma mais utilizada (48,8%) e os horários de maior atividade online. Com base nesses dados, foi criado um perfil na rede para compartilhar conteúdos científicos adaptados à linguagem e aos interesses dos estudantes. A iniciativa possibilitou compreender melhor as preferências do público e desenvolver estratégias mais eficazes de comunicação, ampliando o alcance e o engajamento das publicações.*

## 1. Introdução

Nos últimos anos, as redes sociais, que anteriormente tinham como principal objetivo socializar e conectar as pessoas, tornaram-se uma alternativa de lazer para os momentos de tédio do cotidiano, configurando-se como uma significativa ferramenta de distração diária [Koessmeier and Büttner 2021]. Esse uso intensivo tem consumido horas do dia a dia de muitos indivíduos, ofuscando, assim, o grande potencial dessas plataformas para o compartilhamento de conhecimento [Joo Yeon Park and Sung 2017].

Antes da revolução digital, a comunicação acadêmica era um processo lento, restrito a meios como cartas ou encontros presenciais. Com os avanços tecnológicos, surgiram formas mais ágeis de propagação de dados, como o telefone fixo e, posteriormente, a internet, o que possibilitou uma maior disseminação do conhecimento acadêmico [Weiman 1993].

Com o avanço do tempo, os smartphones tornaram-se parte integrante do cotidiano, criando um cenário propício para a migração das redes sociais para esses dispositivos, o que resultou na verticalização e otimização das publicações nessas plataformas [Liu et al. 2022]. Em redes como Instagram e TikTok, é possível encontrar conteúdos diversos, sendo que a comunidade acadêmica também passou a se beneficiar, adquirindo maior visibilidade com a popularização dos podcasts — que, embora apresentem conteúdos mais superficiais, ainda assim promovem o engajamento da comunidade científica [Fox et al. 2021]. No entanto, a divulgação científica, em comparação com outros tipos de conteúdo, ainda é limitada.

Diante da crescente relevância das redes sociais, o projeto "Deu Like na Ciência" foi desenvolvido com o objetivo de criar uma página voltada à divulgação científica para adolescentes do Ensino Médio Integrado do IFMT – público que, em sua maioria, faz amplo uso dessas plataformas. A escolha da rede social foi baseada em uma pesquisa realizada com os estudantes, permitindo identificar qual plataforma é mais utilizada por eles. Com esses dados, foi possível definir estratégias de postagem mais eficazes, considerando a escolha ideal da plataforma e os melhores horários para maximizar o alcance e o engajamento.

Neste contexto, este artigo tem como finalidade explorar o uso das redes sociais na disseminação científica, além de apresentar e discutir os resultados obtidos, bem como as ações implementadas ao longo do desenvolvimento da pesquisa e do projeto.

## **2. O Uso de Rede Social no Ambiente Escolar**

As redes sociais estão profundamente inseridas no cotidiano dos adolescentes, sendo utilizadas para entretenimento, comunicação com amigos e também como apoio nos estudos. Muitos estudantes recorrem às tecnologias digitais como recurso educacional, consumindo desde vídeos longos e detalhados até conteúdos mais curtos e objetivos [Lu et al. 2016]; [Colombo and Varela 2024].

As redes digitais possuem grande quantidade de conteúdos relacionados ao estudo, mas os jovens tendem a consumir mais entretenimento, saindo do conceito da sala de aula, por isso muitos criadores têm deixado seus conteúdos mais humorados para atrair o público jovem [Colombo and Varela 2024]. As pessoas interagem mais com assuntos divulgados por pessoas que possuem semelhança com elas [Huber et al. 2019]. Tendo isto em vista, é necessário que os alunos participem em projetos e pesquisas, para despertar o interesse de outros jovens.

Embora as plataformas digitais ofereçam uma ampla gama de materiais relacionados ao estudo, os jovens demonstram maior inclinação ao consumo de conteúdos voltados ao entretenimento, distanciando-se, assim, da lógica tradicional da sala de aula. Em resposta a essa tendência, diversos criadores de conteúdo têm adotado abordagens mais humorísticas como estratégia para atrair o público jovem [Colombo and Varela 2024]. Além disso, pesquisas indicam que os usuários tendem a interagir mais com conteúdos divulgados por pessoas com as quais se identificam [Huber et al. 2019]. Nesse sentido, é fundamental incentivar a participação ativa dos estudantes em projetos e pesquisas, a fim de despertar o interesse de outros jovens por meio da identificação geracional.

Com o tempo, professores e instituições têm investido mais em tecnologia e pesquisa, pois reconheceram a importância de engajar os jovens para sua formação

acadêmica, contudo, para isso ocorrer, é necessário o apoio e orientação por parte dos docentes. Apesar disso, esses avanços enfrentam obstáculos, sendo eles a falta de infraestrutura e o preparo dos professores, que sentem ansiedade em utilizar em suas aulas as novas tecnologias[Antoine Van Den Beemt and Willems 2020]. Muitos ainda as enxergam como uma distração que pode desencorajar a dedicação dos alunos ao estudo.

Buscando transformar esse cenário, o projeto "Deu Like na Ciência", desenvolvido por alunos e docentes do departamento de computação do IFMT, propõe-se a adaptar a linguagem e o formato do conteúdo científico para torná-lo mais acessível e atrativo aos jovens. A produção de conteúdo feita pelos próprios estudantes facilita a identificação do público-alvo com as postagens, tornando o aprendizado mais envolvente e promovendo maior engajamento com a ciência.

### 3. Metodologia

Com o objetivo de identificar a rede social mais utilizada pelos estudantes do Ensino Médio Integrado do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Mato Grosso - Campus Cel. Octayde Jorge da Silva, foi realizada uma pesquisa por meio de um questionário online. A coleta de dados ocorreu ao longo de cinco semanas, abrangendo novembro e a primeira semana de dezembro de 2024.

Para facilitar o acesso e a tabulação das respostas, utilizou-se o *Google Forms*, ferramenta escolhida por sua praticidade na divulgação e preenchimento pelos participantes. O questionário continha três perguntas objetivas:

1. **"Qual a modalidade do curso?"**  
opções: integrado ao ensino médio, subsequente, graduação ou pós-graduação.
2. **"Qual a rede social que você mais utiliza?"**  
opções: Tiktok, Instagram, Facebook, X( ex-Twitter) ou outros.
3. **"Em qual período você a utiliza mais?"**  
opções: manhã, tarde, noite ou madrugada

Para alcançar o público-alvo, adotou-se uma estratégia de divulgação, com distribuição de panfletos e cartazes nos murais do campus, ambos com *QR Code* para o questionário e a frase 'Quer conhecer o amor da sua vida?', para aguçar a curiosidade dos leitores. Também foram realizadas visitas às salas de aula para convidar os alunos a responder à pesquisa, como é possível visualizar na Figura 1.

Para embasamento teórico, foram consultadas bases acadêmicas como IEEEExplore, SOL SBC, Elsevier e ACM.

### 4. Resultados e Discussões

A pesquisa obteve 312 respostas, das quais 285 foram consideradas válidas por pertencerem ao público-alvo: alunos do Ensino Médio Integrado. Os dados revelaram o Instagram como a rede mais utilizada (48,8%), seguido pelo TikTok (33%), também com presença expressiva. Outras plataformas, como Facebook e Twitter, tiveram poucas menções, indicando menor popularidade entre esse grupo.

Além da escolha da plataforma, a análise dos horários de uso das redes sociais indicou que o período da noite foi o mais citado pelos alunos. No entanto, os dados globais de engajamento mostraram maior interação na transição entre manhã e tarde. Como



**Figura 1. Aluno divulgando questionário em sala de aula**

o público-alvo é composto principalmente por estudantes do Ensino Médio Integrado, optou-se por alinhar as postagens aos horários em que esse grupo está mais ativo. Os resultados apontaram o horário de almoço e o fim da tarde como os momentos de maior uso entre esses estudantes.

De acordo com as métricas de engajamento do Instagram [Social 2023], o intervalo ideal para postagens está entre 9h e 15h, com o pico de engajamento ocorrendo às 11h. Quanto aos dias da semana, os melhores para publicação são terça, quarta e quinta-feira, sendo que quinta-feira se destaca como o dia de maior interação na plataforma.

A partir destes dados, o perfil "deulikenaciencia" foi criado no Instagram e as publicações de conteúdos programados foram iniciadas em 23 de janeiro de 2025, seguindo a estratégia definida para maximizar o alcance e o impacto da divulgação científica (Figura 2). Foi definido que as postagens ocorreriam uma vez por semana, às quintas-feiras, no horário das 11h30, pois esse horário abrange ambos os intervalos (matutino e vespertino) e também se aproxima do pico global de engajamento, conforme apontado por estudos sobre comportamento digital [Carta et al. 2020].



**Figura 2. Perfil "DeuLikeNaCiencia" no instagram**

## 5. Conclusões

Este artigo aborda o uso das redes sociais como ferramenta de divulgação científica junto a estudantes do Ensino Médio Integrado. Uma pesquisa realizada identificou o Instagram como a plataforma preferida pelos estudantes, bem como os horários de maior atividade, favorecendo estratégias eficazes para maximizar o engajamento nas publicações.

Paralelamente, o projeto "Deu Like na Ciência" desenvolveu estudos para roteirizar vídeos científicos adaptados especificamente à linguagem e ao formato preferidos por esses estudantes. Espera-se que tais iniciativas ampliem progressivamente o alcance e a efetividade da divulgação científica entre o público-alvo. Para futuros trabalhos, serão avaliados os acessos e identificados os vídeos com maior impacto, utilizando as métricas disponibilizadas pela rede social, permitindo ajustes contínuos na estratégia de comunicação científica.

## Referências

- Antoine Van Den Beemt, M. T. and Willems, M. (2020). Towards an understanding of social media use in the classroom: a literature review. *Technology, Pedagogy and Education*, 29(1):35–55.
- Carta, S., Podda, A. S., Recupero, D. R., Saia, R., and Usai, G. (2020). Popularity prediction of instagram posts. *Information*, 11(9).
- Colombo, M. and Varela, U. (2024). Miatização em redes sociais: Tiktok e as estratégias na comunicação com os jovens. *Anais de Artigos do Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais*, 1(6).
- Fox, M. P., Carr, K., McGowan, L. D., Murray, E. J., Hidalgo, B., and Banack, H. R. (2021). Will podcasting and social media replace journals and traditional science communication? no, but... *American Journal of Epidemiology*, 190:1625–1631.
- Huber, B., Barnidge, M., de Zúñiga, H. G., and Liu, J. (2019). Fostering public trust in science: The role of social media. *Public Understanding of Science*, 28(7):759–777. PMID: 31524092.
- Joo Yeon Park, I. I. and Sung, C.-S. (2017). Is social networking a waste of time? the impact of social network and knowledge characteristics on job performance. *Knowledge Management Research & Practice*, 15(4):560–571.
- Koessmeier, C. and Büttner, O. B. (2021). Why are we distracted by social media? distraction situations and strategies, reasons for distraction, and individual differences. *Front. Psychol.*, 12:711416.
- Liu, X., Wu, J., and Zhao, B. (2022). Research on the impact of content fragmentation propagation in short videos. *Atlantis Press*, pages 231–236.
- Lu, J., Hao, Q., and Jing, M. (2016). Consuming, sharing, and creating content: How young students use new social media in and outside school. *Computers in Human Behavior*, 64:55–64.
- Social, S. (2023). Guia de redes sociais para restaurantes e bares. *Sprout Social Insights*. Acessado em: fevereiro 2025.
- Weiman, D. F. (1993). America calling: A social history of the telephone to 1940. by claude s. fischer. *Business History Review*, 67(4):660–662.