



XXII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciência da Informação – XXII ENANCIB

ISSN 2177-3688

GT-7 – Produção e Comunicação da Informação em Ciência, Tecnologia & Inovação

A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE A COVID-19 NO INSTAGRAM: UMA ANÁLISE QUALITATIVA DAS AÇÕES PRESENTES NO PERFIL INSTITUCIONAL DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS EM 2020

SCIENTIFIC COMMUNICATION ABOUT COVID-19 ON INSTAGRAM: A QUALITATIVE ANALYSIS OF THE ACTIVITIES FOUND ON UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS' INSTITUTIONAL PROFILE IN 2020

Izadora Lopes Garcia Nascimento. UFAL.

Willian Lima Melo. UFAL.

Robéria de Lourdes de Vasconcelos Andrade. UFAL.

Ronaldo Ferreira de Araújo. UFAL.

Modalidade: Resumo Expandido

Resumo: As instituições de ensino superior assumiram um importante papel relacionado à divulgação científica sobre a *Coronavirus Disease 2019*, utilizando as mídias sociais como o principal meio de aproximação com o público não-especializado. Este trabalho buscou avaliar as ações de divulgação científica sobre a doença no perfil da Universidade Federal de Alagoas no Instagram. Trata-se de um estudo de natureza qualitativa, do tipo exploratório. Foram analisadas 34 publicações, realizadas entre janeiro e dezembro de 2020, que atendiam aos critérios de inclusão. A partir da investigação, foi possível perceber que a instituição busca adequar suas ações de divulgação científica, porém, apresenta deficiências.

Palavras-Chave: Divulgação Científica. Comunicação nas Organizações. Redes Sociais.

Abstract: Higher education institutions has assumed an important role related to scientific communication about Coronavirus Disease 2019, using social media as the main means of approaching the non-specialized public. This work aimed to evaluate the actions of scientific communication about the disease in the institutional profile of the Universidade Federal de Alagoas on Instagram. This is a qualitative, exploratory study. 34 publications, carried out between January and December 2020, which met the inclusion criteria were analyzed. From the investigation, it was possible to perceive that the studied institution seeks to adapt its scientific dissemination actions, however, it shows problems.

Keywords: Scientific Communication. Communication within Organizations. Social Media.



1 INTRODUÇÃO

Iniciativas de divulgação científica atendem a interesses de diversos atores sociais, beneficiando tanto os públicos externos para os quais essas ações são direcionadas, quanto os próprios pesquisadores e instituições científicas. A ampliação do acesso popular a temas pertinentes à ciência e à tecnologia possibilita o estabelecimento de uma relação de confiança entre os cientistas e a população (BORCHELT; NIELSEN, 2014), desenvolve autonomia e empoderamento na construção das percepções da opinião pública e auxilia na tomada de decisões conscientes sobre temas que impactam o cotidiano fora do ambiente acadêmico, em níveis individuais e coletivos (ALBAGLI, 1996).

Quando bem aplicadas, estratégias de divulgação científica também são capazes de estimular uma mobilização em torno da defesa do progresso científico, possibilitando a participação popular na elaboração de políticas públicas de Ciência e Tecnologia e na pressão por investimentos nessas áreas. Em situações específicas de emergências em saúde pública, a divulgação da ciência se torna estratégica para orientar a população e os gestores sobre como agir a fim de mitigar impactos e danos epidemiológicos, sociais e econômicos provenientes de uma crise sanitária (CHAGAS; MASSARANI, 2020).

Em março de 2020, com a Organização Mundial de Saúde declarando a *Coronavirus Disease 2019* (covid-19) como uma pandemia, agentes e instituições científicas precisaram estabelecer um diálogo mais próximo com a sociedade, contrapondo-se às *fake news* e ao volume descontrolado de notícias imprecisas sobre a doença. No contexto nacional, cientistas de universidades e institutos públicos de pesquisa apresentam um índice de confiança elevado dentro da percepção popular (CGEE, 2019). Esses agentes protagonizaram o combate à infodemia, sendo intermediados por meios de comunicação tradicionais como telejornais, portais de notícias, revistas e programas de rádio, ou através de recursos próprios de divulgação como sites e mídias sociais das instituições.

O presente trabalho buscou avaliar as ações de divulgação científica sobre a covid-19 no perfil institucional da Universidade Federal de Alagoas no Instagram. O levantamento é retroativo ao ano de 2020, verificando se essas divulgações atendiam às especificidades inerentes à adequação dos conteúdos em uma linguagem acessível ao público-alvo da página, sem que, no entanto, as informações perdessem a precisão ou fossem distorcidas em sentido e intencionalidade. A adaptação adequada destes enunciados tem a capacidade de refletir,



diretamente, no relacionamento estabelecido entre as instituições científicas e seus grupos de interesse, os *stakeholders*, como comunidade, governo, pesquisadores e meios de comunicação de massa.

2 POTENCIALIDADES DE CARACTERIZAÇÃO DA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA: DO CONCEITO À CONFIGURAÇÃO

O conceito de divulgação científica assumiu diversos significados, contextualizados de acordo com os períodos históricos em que estavam inseridos. Em uma das conceituações mais adotadas, Bueno (2010) trata a divulgação científica como uma forma de capilarizar a produção acadêmica para um público não-especializado, o qual ele chama de leigo. A divulgação da ciência se diferencia da comunicação científica, principalmente em quatro esferas: o perfil do público, o nível do discurso, natureza dos canais e intenções. Segundo o autor, a audiência relativa a ações de divulgação científica é constituída por indivíduos sem formação técnica ou treinamento prévio “[...] que lhes permita, sem maior esforço, decodificar um jargão técnico ou compreender conceitos que respaldam o processo singular de circulação de informações especializadas.” (BUENO, 2010, p. 2).

Devido às características desse público, o nível do discurso precisa ser adaptado, com a utilização de recursos que podem ser ou não textuais, de forma a facilitar a compreensão, respeitando “[...] o *background* sociocultural ou linguístico da audiência.”, (BUENO, 2010, p. 3, grifo do autor). Para Köche e Marinello (2015), paráfrases, analogias, comparações, metáforas e, até mesmo, gráficos, esquemas e ilustrações são exemplos desses recursos. Essa recodificação do discurso especializado, entretanto, não deve afetar a precisão das informações científicas ou tecnológicas, nem deve ser praticada de maneira simplista, condescendente ou hierárquica, preocupação explicitada por Bueno (2010, p.3), ao indicar que “Na divulgação científica há o embate permanente entre a necessidade de manter a integridade dos termos técnicos e conceitos para evitar leituras equivocadas ou incompletas e a imperiosa exigência de se estabelecer efetivamente a comunicação.”

Dentro desse contexto de adaptação para públicos não especializados, as ações de divulgação científica podem se beneficiar de uma técnica de construção que se apoie em princípios linguísticos de estruturação. Para Koch (2015), os sistemas de conhecimento linguístico, enciclopédico e sociointeracional, acessados durante o processamento de um



texto, devem ser considerados durante a sua produção. O conhecimento linguístico está relacionado à gramática, à coesão textual e ao uso adequado do léxico. O enciclopédico, diz respeito a uma sensibilidade voltada à semântica social, ou seja, uma linguagem acessível ao público. Já o sociointeracional se subdivide em ilocucional, comunicacional, metacomunicativo e superestrutural. Sendo o primeiro relacionado ao reconhecimento dos objetivos do texto; o comunicacional, ao volume de informações necessárias ao seu entendimento; o metacomunicativo, às ferramentas textuais necessárias para evitar perturbações na comunicação; e, por fim, o superestrutural, que se refere ao uso de gêneros adequados ao tipo de mensagem (KOCH, 2015).

Com a eclosão da pandemia de covid-19 em março de 2020 e com o agravamento da crise de notícias falsas relacionadas à doença nos meses subsequentes, as instituições científicas precisaram adaptar sua linguagem a um público mais abrangente e adotar modelos alternativos de comunicação, como forma de estabelecer uma relação de confiança com os eles. Segundo Chagas e Massarani (2020), no Brasil, as universidades se tornaram fontes de informação pública sobre a doença. Por isso, a Ufal se configurou como um importante meio para a divulgação científica referente à covid-19 no estado.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de um estudo de natureza predominantemente qualitativa, uma vez que não utiliza dados estatísticos como o centro do processo de análise do seu problema (PRODANOV; FREITAS, 2013), do tipo exploratório, em que foram realizados levantamentos documentais para posterior análise descritiva dos conteúdos, constituindo exemplos que facilitam a compreensão da temática abordada (GIL, 2017). A natureza de proposta descritiva do estudo está relacionada à coleta dos dados, com posterior registro e análise. Foram levantadas as publicações de divulgação científica relacionadas à pandemia da covid-19 no *feed* do perfil institucional da Universidade Federal de Alagoas no Instagram, realizadas no ano de 2020. Para fins metodológicos, foram excluídas as postagens que tratavam de ações institucionais, conteúdos repostados de outros órgãos e convites para eventos ou participação em pesquisas, ainda que pertinentes à temática. Também não foram consideradas publicações de natureza audiovisual de longa duração.



A partir dos levantamentos iniciais, as publicações foram analisadas quanto à utilização de uma técnica de construção apoiada em princípios da linguística de forma a tornar as ações de divulgação científica mais eficazes. Para tanto, foram verificados se os sistemas de conhecimento necessários para o processamento textual foram considerados durante a elaboração das peças, sendo eles: o conhecimento linguístico, o conhecimento enciclopédico e o conhecimento sociointeracional, que engloba os tipos ilocucional, comunicacional, metacomunicativo e superestrutural.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Entre o período de janeiro e dezembro de 2020, foram encontradas 34 publicações que atendiam aos critérios de inclusão do estudo. Nos meses de janeiro e fevereiro de 2020, não houve menções à covid-19 nas publicações do perfil institucional da Ufal no Instagram (@ufaloficial). A partir do paradigma atual da ciência socialmente contextualizada (VELHO, 2010) e considerando ainda que “O conhecimento não se produz do nada e, sim, está relacionado com interesses e necessidades de cada sociedade” (BAUMGARTEN, 2012, p. 93), é possível compreender a relação entre a ausência de casos confirmados no Brasil, a produção científica de pesquisadores e a respectiva ação de divulgação científica da instituição para entender essa lacuna de referências à temática no período.

Em 11 de março de 2020, a Organização Mundial de Saúde (OMS) declarou a covid-19 como uma pandemia, uma vez que o estágio de disseminação da doença deixou de ser localizado e passou a ser global. No dia 16 do mesmo mês, é realizada a primeira publicação de conteúdo científico relacionado à covid-19 no perfil institucional da Ufal: uma produção audiovisual com medidas de prevenção à contaminação, visualizada por 19.321 pessoas. A partir daí, o perfil institucional da Universidade Federal de Alagoas passa a publicar constantemente conteúdos de divulgação científica sobre a covid-19, em diversos formatos (audiovisual, texto e imagens).

Cada uma das 34 postagens foi analisada, verificando se os três sistemas de conhecimento necessários para o processamento textual foram considerados durante a elaboração das peças. Com fundamentação na teoria utilizada para o estudo, o quadro 1 apresenta os critérios analisados nas publicações, bem como o número de publicações com inadequações relativas a esses critérios. É importante salientar que a análise de cada



conteúdo/publicação não resultava, necessariamente, na obrigatória percepção de inadequações nas diferentes facetas/sistemas do conhecimento investigados. Da mesma forma, uma única publicação poderia apresentar inadequações frente a mais de um sistema de conhecimento.

O método de verificação proposto buscou analisar esses eventos de divulgação científica como dialógicos, em que fossem convergentes entre os interlocutores, autores e leitores, à necessidade de se informar a ciência com a necessidade de se entender ciência. Com isso, buscou-se 'inadequações' apresentadas de forma lacunar por parte da autoria das postagens.

Quadro 1 - Aspectos analisados e quantitativo de publicações.

	SISTEMAS DE CONHECIMENTO NECESSÁRIOS PARA O PROCESSAMENTO TEXTUAL					
	Linguístico	Enciclopédico	Sociointeracional			
			<i>Ilocucional</i>	<i>Comunicacional</i>	<i>Metacomunicativo</i>	<i>Superestrutural</i>
ASPECTOS ANALISADOS NAS PUBLICAÇÕES	Atendimento à norma culta; Coesão e coerência gramatical; Seleção lexical adequada ao tema.	Uso de termos adequados ao nível de conhecimento de dos interlocutores.	Apresentação dos objetivos e propósitos do texto.	Volume de informações necessárias para a compreensão.	Ferramentas textuais necessárias para evitar perturbações na comunicação.	Gênero adequado ao meio e à mensagem; Adequação da linguagem adotada ao meio.
NÚMERO DE PUBLICAÇÕES COM INADEQUAÇÕES	10	5	1	13	17	4

Fonte: Elaborado pelos autores.

No período compreendido entre março e dezembro, das 34 publicações, 10 não atendiam à dimensão linguística, apresentando inadequações com relação a aspectos gramaticais e de coerência textual. A maior parte dos casos diz respeito a erros na



concordância nominal do termo “covid-19”, mas também são encontradas inadequações referentes à pontuação, grafia e emprego incorreto de conectivos, vírgulas e concordância verbal.

Para Köche e Marinello (2015), textos de divulgação científica devem ser objetivos e empregar expressões de fácil compreensão, evitando um vocábulo estritamente técnico ou elucidando o sentido, quando termos específicos precisam ser utilizados. Essas técnicas de aproximação foram empregadas na maior parte das publicações, uma vez que, em relação à dimensão enciclopédica, apenas 5 postagens analisadas utilizam uma linguagem excessivamente técnica, inadequada ao perfil de público que acessa à página, seja nos textos ou nos recursos de apoio (audiovisual, gráficos e fotografias, também entendidos como elementos de multisssemiose hipertextual).

Quanto à dimensão sociointeracional, apenas 1 das 34 postagens, não atendeu ao aspecto ilocucional, uma vez que o objetivo da maior parte delas estava bem explicitado na construção dos textos. Entretanto, em 13 destas houve inadequação ao aspecto comunicacional, uma vez que informações relevantes ao entendimento do objetivo foram suprimidas.

Ao analisar as publicações, foi possível perceber que o aspecto metacomunicativo foi o mais negligenciado na produção dessas divulgações, com inadequações identificadas em 17 das 34 publicações. Ele “[...] permite ao produtor do texto evitar perturbações previsíveis na comunicação ou sanar conflitos efetivamente ocorridos por meio da introdução, no texto, de sinais de articulação ou apoios textuais [...]” (KOCH, 2015, p. 58). Tais apoios, como a utilização de apostos explicativos ou a descrição por extenso das siglas empregadas na construção dos textos, não foram empregados na redação das peças, dificultando, potencialmente, a compreensão do público.

Quanto ao aspecto superestrutural da dimensão sociointeracional, apenas quatro publicações apresentaram inconformidades, a partir de construções inadequadas a esse tipo específico de produção e à plataforma utilizada. De acordo com Oliveira, Porto e Júnior (2020), a divulgação científica nas redes pode utilizar recursos facilitadores de compreensão, a partir de uma produção em formatos “não-institucionalizados”, que propõem novas maneiras de popularizar o saber científico. As outras 30 publicações estavam em consonância com o aspecto superestrutural, demonstrando essa configuração ser potencialmente eficaz para



modelos de divulgação científica, e ainda utilizaram recursos de multisssemiose como memes, *emojis* e uma linha de comunicação visual mais adequada às redes sociais, apresentando um maior potencial de aproximação ao público.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Recorrendo a técnicas de construção textual apoiadas em princípios linguísticos da sociointeração dos interlocutores, foi possível perceber que a Universidade Federal de Alagoas empreende esforços para adequar sua produção de divulgação científica à dimensão linguística e ao aspecto superestrutural da dimensão sociointeracional, uma vez que busca atender à norma culta da língua portuguesa e adaptar seus conteúdos à estrutura da divulgação científica, bem como aos canais utilizados para a veiculação da mensagem (mídias sociais), utilizando elementos textuais e de multisssemiose.

Entretanto, nota-se que não existe uma preocupação sistemática em adaptar seus textos à dimensão enciclopédica, desconsiderando, assim, que a composição numérica de seus 87,3 mil seguidores abrange tanto um público técnico quanto um não-especializado, o que, portanto, prejudica os esforços voltados à divulgação científica e, em um aspecto mais abrangente, à relação entre instituição e público.

Além disso, é possível perceber que o aspecto metacomunicativo é desconsiderado na maior parte das publicações, o que acarreta um prejuízo no entendimento das ações e favorece o aparecimento de ruídos comunicacionais impossibilitando o entendimento da ciência entre os públicos envolvidos e o enfraquecimento da relação entre instituição e seus *stakeholders*.

Durante a etapa de coleta e seleção, foi possível identificar como desafio metodológico a dificuldade na recuperação dos dados, com necessidade de realizar o levantamento de forma manual das publicações. Diante das análises sobre a produção textual no gênero específico 'divulgação científica', dentro da perspectiva linguística, o trabalho possui um caráter inovador de aproveitamento temático e metodológico na área de Ciência da Informação. O estudo demonstra característica propositiva, à medida em que converge teoria e possíveis aplicações práticas, tornando o contexto da divulgação científica cada vez mais próximo a um caráter social e interativo.



REFERÊNCIAS

- ALBAGLI, S. Divulgação científica: informação científica para cidadania. **Ciência da Informação**, v. 25, n. 3, 1996. Disponível em: [10.18225/ci.inf.v25i3.639](https://doi.org/10.18225/ci.inf.v25i3.639). Acesso em: 3 out. 2021.
- BAUMGARTEN, M. O debate público de ciência e tecnologia: divulgação, difusão e popularização. In: KERBAUY, M. T. M.; ANDRADE, T. H. N.; HAYASHI, C. R. M. (org.). **Ciência, tecnologia e sociedade no Brasil**. Campinas: Editora Alínea, 2012. cap. 5, p. 87-98.
- BORCHELT, R. E.; NIELSEN, K. H. Public relations in science: managing the trust portfolio. In: BUCCHI, M.; TRENCH, B. (Org.). **Routledge Handbook of Public Communication of Science and Technology**. 2 ed. Nova Iorque: Routledge, 2014.
- BUENO, W. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, edição especial, p. 1-12, 2010. Disponível: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em: 03 out. 2021.
- CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS (CGEE). **Percepção pública da C&T no Brasil**: resumo executivo. Brasília: CGEE, 2019. Disponível em: http://www.cgee.org.br/documents/10195/734063/CGEE_resumoexecutivo_Percepcao_pub_CT.pdf. Acesso em: 03 out. 2021.
- CHAGAS, C.; MASSARANI, L. **Manual de sobrevivência para divulgar ciência e saúde** [online]. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2020.
- GIL, A. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- KOCH, I. G. V. **Desvendando os segredos do texto**. 8 ed. São Paulo: Cortez, 2015.
- KÖCHE, V. S.; MARINELLO, A. F. **Gêneros textuais**: práticas de leitura escrita e análise linguística. Petrópolis: Vozes, 2015.
- MASSARANI, L. M. .; LEAL, T. .; WALTZ, I.; MEDEIROS, A. Infodemia, desinformação e vacinas: a circulação de conteúdos em redes sociais antes e depois da COVID-19. **Liinc em Revista**, v. 17, n. 1, p. e5689, 2021. DOI: [10.18617/liinc.v17i1.5689](https://doi.org/10.18617/liinc.v17i1.5689).
- OLIVEIRA, K. E. J., PORTO, C. M., CARDOSO JUNIOR, L. F. Memes sobre ciência e a reconfiguração da linguagem da divulgação científica na cibercultura. **Acta Scientiarum**, v.42, p. 1-12, 2020. Disponível em: [10.4025/actascieduc.v42i1.52938](https://doi.org/10.4025/actascieduc.v42i1.52938). Acesso em: 02 mai. 2022.
- PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. **Metodologia do trabalho científico**: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. 2ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.
- VELHO, L. M. L. S. Modos de produção de conhecimento e inovação: estado da arte e implicações para a política científica, tecnológica e de inovação. In: CENTRO DE GESTÃO DE ESTUDOS ESTRATÉGICOS (CGEE). **Nova geração de política em ciência, tecnologia e inovação: seminário internacional**. Brasília: CGEE, 2010. cap. 2, p. 23-40