



CAPÍTULO 7

DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA DO CURSO DE QUÍMICA PELAS MÍDIAS SOCIAIS

Stella Hernandez Maganhi

Larissa Pereira Caetano

PALAVRAS-CHAVE: Divulgação científica, mídias sociais e Química.

INTRODUÇÃO

O ano de 2020 representou um marco histórico para a Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG). Após a realização dos concursos públicos para o magistério superior ao longo de 2019, procedeu-se, em março do ano subsequente, à efetivação de um expressivo número de docentes, contemplando, entre eles, professores da Unidade Acadêmica de Ituiutaba. No caso específico do curso de Licenciatura em Química da UEMG-Ituiutaba, esse processo resultou na formação de um quadro docente efetivo quase completo, o que proporcionou as bases institucionais necessárias para o fortalecimento de ações permanentes de ensino, pesquisa e extensão, como o projeto descrito neste capítulo.

Concomitantemente a essa nova fase da UEMG, o início da pandemia de COVID-19 impôs a suspensão abrupta das atividades presenciais de diversos setores, incluindo as instituições de ensino superior. As medidas protetivas tomadas na época afetaram profundamente os processos pedagógicos, a convivência acadêmica e o vínculo entre universidade e sociedade. Na UEMG – Unidade Acadêmica de Ituiutaba, esse cenário se configurou como um desafio particularmente expressivo para o curso de Licenciatura em Química, que historicamente valoriza a interação direta entre estudantes, professores e o contexto escolar da educação básica.

Paralelamente à crise sanitária, os cursos de Licenciatura, especialmente os relacionados à Ciências Exatas e da Terra, em todo o Brasil enfrentam um processo contínuo de redução no número de ingressantes e altas taxas de evasão. Estudos

apontam que, em algumas instituições, os índices de abandono superam os 70%, dificultando a formação de professores em um momento histórico em que a ciência se mostrou indispensável para a compreensão e o enfrentamento de desafios globais. (Massi; Villani, 2015)

No curso de Química da UEMG – Unidade Acadêmica de Ituiutaba, a realidade não era distinta. A baixa taxa de ocupação de vagas, inferior a 30%, somada às incertezas provocadas pela pandemia, gerou um cenário de preocupação quanto à viabilidade da continuidade da oferta da Licenciatura em Química. Esse contexto exigiu a adoção de estratégias emergenciais não apenas para preservar o vínculo com os estudantes já matriculados, mas também para reafirmar a relevância e a permanência do curso enquanto espaço formador de profissionais da educação científica.

Diante dessa conjuntura, tornou-se urgente desenvolver alternativas inovadoras para manter o vínculo com os discentes e, ao mesmo tempo, promover o fortalecimento da identidade do curso junto à comunidade. Nesse contexto, foi concebido um projeto de divulgação científica em mídias sociais, neste caso o *Instagram*, com o objetivo de compartilhar conteúdos acessíveis, confiáveis e conectados ao cotidiano. Os temas abordados variaram desde questões práticas, como “Por que o leite transborda quando é fervido?” ou “Por que a cebola é tóxica para cachorros?”, até conteúdos de valorização da história da ciência, com a apresentação de cientistas notáveis que muitas vezes são pouco conhecidos pelo público em geral.

Além de manter os alunos engajados com os conteúdos da área, o projeto também se configurou como uma estratégia de visibilidade institucional e divulgação ativa do curso de Química da UEMG Ituiutaba, com o intuito de atrair novos estudantes e reafirmar o papel da universidade pública na formação científica e cidadã (Viard; Paixão, 2023). O que teve início como uma resposta emergencial a uma crise sem precedentes, consolidou-se como uma ação extensionista permanente, alicerçada na articulação entre formação acadêmica, comunicação científica e compromisso social.

A consolidação do projeto no período pandêmico não apenas respondeu a uma necessidade emergencial, mas também evidenciou o papel transformador das mídias sociais na comunicação científica contemporânea. Plataformas digitais, como o *Instagram* e *Facebook*, comumente vistas como meios de entretenimento e interação pessoal, puderam evoluir para espaços significativos de disseminação de saberes e conhecimento, permitindo que a ciência ultrapasse os limites acadêmicos e transcorra para o público geral (de Barros; Junior, 2012; Souza; Dale, 2024).

METODOLOGIA

O projeto, como já mencionado, teve início em 2020 e já foi institucionalizado como projeto de extensão. A primeira ação consistiu na criação de um perfil do curso de Química da UEMG – Unidade Acadêmica de Ituiutaba na rede social *Instagram*, com conteúdos compartilhados também na página oficial do curso no *Facebook*. A proposta era divulgar conteúdos de Química utilizando uma linguagem acessível, com foco em temas contemporâneos e de interesse geral. Paralelamente à criação do perfil, desenvolveu-se uma logomarca própria do curso, com o objetivo de fortalecer a identidade visual e consolidar a presença do projeto nas redes sociais. O design gráfico incluía representações de elementos fundamentais da Química, como vidrarias laboratoriais e estruturas atômicas e moleculares.

Nas fases iniciais, embora os conteúdos estivessem todos relacionados à Ciência como um todo, não havia padronização temática nem visual. As publicações eram elaboradas diariamente, ficando a responsabilidade de cada postagem a cargo de um docente do curso em um dia específico da semana. O layout das postagens também não seguia um padrão definido, refletindo o caráter experimental e adaptativo do início do projeto.

Nesse primeiro momento, os colaboradores foram testando diferentes dias e horários para realizar as postagens no *Instagram*, buscando identificar os momentos de maior engajamento do público. Periodicamente era realizada uma análise das métricas fornecidas pela plataforma, como alcance, curtidas, comentários e compartilhamentos, a fim de colher informações sobre os padrões de atividade dos seguidores.

À medida que o projeto avançava, tornou-se necessário estabelecer uma identidade visual consistente e uma linha editorial definida, a fim de fortalecer a presença digital do curso de Química da UEMG-Ituiutaba. Em sequência, alguns ajustes foram acontecendo periodicamente, incluindo a definição de uma paleta de cores específica, tipografias padronizadas e modelos de layout para diferentes tipos de postagens.

As postagens englobavam desde curiosidades científicas, as áreas de atuação da Química, datas comemorativas, mostra de projetos de ensino, pesquisa e extensão desenvolvidos pelos professores da instituição vinculados ao curso, as práticas experimentais e até mesmo o dia a dia do curso de Química da UEMG – Unidade Acadêmica de Ituiutaba. Neste contexto, além das publicações no formato de “post” foram incluídas publicações de vídeos no formato “Reels” como parte da estratégia de conteúdo. No decorrer dos anos, algumas campanhas de tráfego pago foram estrategicamente adotadas para ampliar o alcance de publicações e atrair novos seguidores. Essa tática foi realizada excepcionalmente em períodos de inscrição de processos seletivos nos cursos de graduação da instituição, tais como vestibular UEMG e Exame Nacional do Ensino Médio (Enem).

Reconhecendo o potencial educativo e formativo do projeto, foram incorporados estudantes da Licenciatura em Química, como voluntários extensionistas. Esses alunos participaram ativamente da criação de conteúdo, pesquisa de temas relevantes e gestão das mídias sociais junto a equipe de docentes já envolvida no projeto.

Para monitorar o desempenho das publicações e conhecer melhor o público-alvo, foram empregadas ferramentas analíticas disponíveis nas próprias plataformas, como o *“Instagram Insights”*. Esses recursos permitiram avaliar métricas como alcance, engajamento, curtidas, comentários e compartilhamentos, fornecendo dados valiosos para a tomada de decisões. A análise contínua dessas métricas possibilitou ajustes nas estratégias de conteúdo, horários de postagem e formatos de mídia, otimizando a divulgação científica da Química pelas mídias sociais em um formato mais profissional.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Com base nos dados de engajamento obtidos no *Instagram* ao longo dos anos — incluindo curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos —, constata-se que o uso estratégico das mídias sociais configurou-se como uma ferramenta eficaz para aproximar tanto a comunidade externa quanto os alunos já ingressantes do curso de Química da UEMG – Unidade Acadêmica de Ituiutaba.

O recebimento e a resposta a diversos questionamentos feitos por usuários, relacionados a temas científicos de maneira geral, evidenciam que as mídias sociais criadas se consolidaram como tecnologias eficientes de divulgação científica. Por meio dessas plataformas, conteúdos de Química puderam ser apresentados de forma acessível, dinâmica e alinhada às demandas contemporâneas de comunicação do conhecimento. Isso corrobora na discussão de que as mídias sociais podem ser ótimos veículos para a disseminação do conhecimento técnico-científico, podendo impactar diretamente na visibilidade do curso de Química da Unidade Acadêmica de Ituiutaba. (dos Santos, dos Santos; de Melo, 2022; Souza; Dale, 2024). Assim, as estratégias mostram-se promissoras para a captação de novos alunos e para o engajamento dos alunos já matriculados no curso.

Entre 2020 e maio de 2025, o projeto alcançou resultados significativos em termos de produção, alcance e impacto:

- Até o momento foram 684 publicações realizadas nas redes sociais, incluindo postagens científicas, divulgação de eventos, vídeos de práticas experimentais, apresentação de professores e ações do curso e da Unidade;
- Cerca de 990 seguidores alcançados no *Instagram*. Desde a criação do usuário “@quimicauemg.itba” até o presente momento, percebeu-se

um aumento do engajamento nas mídias sociais, com um crescimento significativo de interações nas plataformas utilizadas, especialmente no *Instagram*. Isso inclui um aumento no número de seguidores, curtidas, comentários, compartilhamentos e mensagens diretas, resultando em maior interesse e participação do público-alvo.

- Participação em feiras de ciências, semanas acadêmicas e eventos escolares, com estudantes do ensino público e da comunidade de Ituiutaba impactados diretamente;
- Inserção de temas do projeto em atividades didáticas regulares dos cursos de Química;
- Apresentação do curso novo de Química da UEMG – Unidade Acadêmica de Ituiutaba com entrada em Área Básica de Ingresso (ABI) em Bacharelado em Química Tecnológica e Licenciatura. O projeto auxiliou na ampliação da visibilidade do curso de Licenciatura em Química e Bacharelado em Química Tecnológica e Industrial;

A análise dos dados obtidos por meio do Instagram Insights revelou informações valiosas sobre o perfil do público e os padrões de engajamento da página do projeto (Tabela 1). Os dados indicaram que a maioria dos seguidores são mulheres, com idades entre 18 e 44 anos, residentes majoritariamente em Ituiutaba-MG. Em adição, a análise dos horários de maior engajamento revelou que as publicações alcançavam melhor desempenho no horário do almoço (entre 11 e 12h), às 18h e às 21h durante os dias úteis. Nos finais de semana, especialmente aos domingos entre 18h e 22h, observou-se um aumento significativo no alcance das postagens. Esses horários provavelmente coincidem com períodos em que o público-alvo está mais disponível para interações nas mídias sociais.

Tabela 1 – Perfil demográfico do público-alvo do Instagram da Química UEMG-Ituiutaba.

Categoria	Subcategoria	Percentual (%)
Gênero	Feminino	60,9
	Masculino	39,1
Faixa Etária	18 a 44 anos	—
Principais Localidades	Ituiutaba (MG)	50,9
	Uberlândia (MG)	8,0
	São Paulo (SP)	1,8
	Uberaba (MG)	1,6
	Capinópolis (MG)	1,6

Fonte: Dados extraídos do painel profissional do *Instagram* @quimicauemg.itba entre os meses de fevereiro a maio de 2025. Elaborado pelas autoras, 2025.

Vale ressaltar que um desafio identificado ao longo desses anos foi a diminuição do engajamento durante os períodos de greve, férias ou recesso acadêmico, quando as atividades extensionistas são temporariamente suspensas. Essa pausa nas publicações resultou em uma redução na interação do público com a página. Para mitigar esse efeito, considera-se a possibilidade de programar conteúdos previamente para esses períodos, mantendo a presença digital ativa.

Na busca incessante para a captação e permanência de discentes no curso, o projeto ainda busca uma ampliação da visibilidade e a promoção de um ambiente cada vez mais interativo e acolhedor. Além disso, ao manter os alunos atuais informados e engajados, o projeto pode contribuir para a redução das taxas de evasão, garantindo uma maior permanência dos estudantes ao longo do curso.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência relatada demonstra que projetos de divulgação científica podem desempenhar um papel estratégico na valorização da ciência, no fortalecimento da formação docente e na consolidação da imagem institucional dos cursos universitários. Iniciado como uma resposta emergencial às limitações impostas pela pandemia de COVID-19, o projeto descrito neste capítulo se transformou em uma ação de extensão permanente, integrando ensino, pesquisa e extensão de forma interdisciplinar e socialmente engajada, que persiste até os dias de hoje.

A Química, muitas vezes percebida como uma disciplina difícil e descontextualizada, ganha nova vida quando apresentada com sensibilidade, criatividade e compromisso social. A manutenção de ações como essa no cotidiano universitário é fundamental não apenas para atrair novos estudantes, mas também para formar profissionais mais críticos, comunicativos e comprometidos com a transformação da realidade ao seu redor e a sua própria.

Neste contexto, a popularização e democratização da ciência é fundamental para a formação de uma sociedade crítica e atualizada. Para isso, a utilização das mídias sociais na divulgação científica compactua com uma estratégia relevante para alcançar um público amplo e diversificado, desmistificando conceitos e combatendo a desinformação.

Assim, reforça-se a importância de que universidades públicas, como a Universidade do Estado de Minas Gerais, incentivem e institucionalizem práticas de divulgação científica, reconhecendo-as como parte indissociável do processo formativo e da responsabilidade social universitária.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DE BARROS, D. A.; JÚNIOR, W. C. S. NOVAS MÍDIAS DE REDES SOCIAIS: POTENCIAL PARA DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA. **Instituto Tecnológico de Aeronáutica**, São José dos Campos, SP, Brasil. 2012. DOI:10.13140/2.1.5141.9845.

DOS SANTOS, B. A. P.; DOS SANTOS, M. J.; DE MELLO, R. M. A. V. Redes sociais e o Ensino de Química: o que as pesquisas na **área** dizem? **Revista Cocar**, v.17, n.35. p. 1-19. 2022. ISSN 2237-0315.

MASSI, L., VILLANI, A. Um caso de contratendência: baixa evasão na licenciatura em química explicada pelas disposições e integrações. **Educação e Pesquisa**, 41(4), 975-992, 2015.

SOUZA, J. B.; DALE, C. S. Divulgação científica nas mídias sociais - desafios e oportunidades. **BrJP**, v.7:e20240035, 2024.

VIARD, M. S. T.; PAIXÃO, P. B. S. O uso do Instagram como ferramenta de divulgação científica: análise de conteúdo do perfil @cienciajuventude. **Múltiplos Olhares Em Ciência Da Informação**, v. 13, p. 1-20, 2023.