

PROJETO @123QUIMICA E A POPULARIZAÇÃO DA QUÍMICA NO INSTAGRAM: POTENCIALIDADES E DESAFIOS.

OLIVEIRA, Emanuel Igor da Silva¹

¹ Docente do Instituto Federal da Bahia – IFBA, campus Feira de Santana; email:
emanoeloliveira@ifba.edu.br / eigor.oliv@gmail.com

PALAVRAS CHAVE: Divulgação científica; Instagram; Química.

1. Introdução e Justificativa

Com a pandemia da COVID-19 e a desvalorização da ciência pelo sucateamento das instituições públicas de ensino, mais do que nunca a aproximação entre ciência e sociedade brasileira se faz necessária. Para Bueno (2010), a divulgação científica é um “processo de recodificação da linguagem especializada para uma não especializada e acessível à uma vasta audiência, na qual se utilizam “recursos, técnicas, processos e produtos (veículos ou canais) para sua veiculação”.

O uso das redes sociais se constitui como meio para divulgação de conhecimento científico. O relatório da We Are Social (2019) mostrou que 66% da população brasileira usa redes, 140 milhões de usuários ativos. O Instagram aparece com o maior índice de engajamento, representando oportunidade para divulgação científica. A divulgação em espaços não formais é especialmente relevante para a Química, visto que pesquisas de percepção dos estudantes como a de Silva et. al. (2013) apontam para uma disciplina monótona e difícil.

2. Objetivos

Relatar as experiências do projeto 123quimica, destacando algumas potencialidades e desafios da divulgação da Química pelo Instagram.

3. Metodologia

O projeto é uma iniciativa pessoal. Atualmente conta com mais de 2500 seguidores de todo o Brasil, de 18 a 34 anos. As postagens no *feed* são feitas quarta e domingo, e constam de *três cards* complementados pelo texto da legenda, *emoticons* e *hashtags*. A escolha desse formato se deu para criar uma identidade

estética para a página, fazendo referência ao método científico. As fotografias são feitas com *smartphone* e editadas no aplicativo Comica; as ilustrações, no Adobe Photoshop. Além do *feed*, usa-se os recursos filtro, enquete, pergunta e teste no modo *stories*.

4. Resultados e discussões

Potencialidades: Além das interações por curtidas e comentários nos posts ou mensagem direta, o instagram tem a opção “salvar”, permitindo que se crie uma biblioteca pessoal de conteúdos favoritos. Muitos professores entram em contato para pedir permissão de uso das ilustrações em vídeo-aulas, elaboração de questões e para pesquisa dos estudantes. É possível utilizar emoticons e memes para expressar conceitos e exemplos, tornando o material atrativo visualmente. No modo *stories*, criamos filtro colorido para que as pessoas gravem vídeos sugerindo temas e tirando dúvidas sobre temas de Química, aumentando o engajamento e interação. Através das *hashtags*, as publicações são disseminadas rapidamente para novos públicos, ampliando o alcance. Por se tratar de um perfil comercial, as estatísticas sobre a página permitem conhecer melhor o perfil dos seguidores, direcionando melhor a divulgação. **Desafios:** As legendas precisam ser concisas pois só é permitido pouco mais de 2000 caracteres. A linguagem fica um pouco comprometida, uma vez que não há os recursos de sobrescrito, subscrito e setas, usados em fórmulas e equações químicas. Só é possível inserir link no campo “Bio” da descrição pessoal.

5. Considerações finais

Apesar de pouco tempo de existência, a página encontra-se em crescimento e tem se mostrado potente para a divulgação científica. Os *feedbacks* recebidos de pessoas leigas e professores mostram que os objetivos têm sido cumpridos, o que nos deixa animados a prosseguir e expandir.

6. Referências

SILVA, A. D. L.; VIEIRA, E. R.; FERREIRA, W. P. **Percepção de alunos do ensino médio sobre a temática conservação dos alimentos no processo**

de ensino-aprendizagem do conteúdo cinética química. Educ. quím. 24 (1) (2013).

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. Informação & Informação 15 (supl) (2010).

We Are Social. **Digital 2019: Global digital yearbook.**
https://datareportal.com/reports/digital-2019-global-digital-yearbook?utm_source=Reports&utm_medium=PDF&utm_campaign=Digital_2019&utm_content=Global_Overview_Promo_Slide , 2019. Acesso em 29/05/2020.