

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO (UFRJ)
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E ECONÔMICAS (CCJE)
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS (FACC)
CURSO DE BIBLIOTECONOMIA E GESTÃO DE UNIDADE DE INFORMAÇÃO (CBG)

HUGO SUZART PINTO

A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EM COMPETÊNCIA CIENTÍFICA NOS SITES DE
REDES SOCIAIS

Rio de Janeiro

2022

HUGO SUZART PINTO

**A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EM COMPETÊNCIA CIENTÍFICA NOS SITES DE
REDES SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação.

Orientador (a): Prof. Dr. Gustavo Freire

Rio de Janeiro

2022

CIP - Catalogação na Publicação

P659p Pinto, Hugo Suzart
A produção de conteúdo em competência científica nos sites de redes sociais / Hugo Suzart Pinto. -- Rio de Janeiro, 2022.
35 f.

Orientador: Gustavo Freire.
Trabalho de conclusão de curso (graduação) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Faculdade de Administração e Ciências Contábeis, Bacharel em Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação, 2022.

1. Competência Científica. 2. Sites de Redes Sociais. 3. Competência em Informação e Midiática. 4. Instagram. I. Freire, Gustavo, orient. II. Título.

HUGO SUZART PINTO

**A PRODUÇÃO DE CONTEÚDO EM COMPETÊNCIA CIENTÍFICA NOS SITES DE
REDES SOCIAIS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Biblioteconomia e Gestão de Unidades de Informação.

Rio de Janeiro, ____ de ____ de 20____.

Prof. Dr. Gustavo Freire – UFRJ (CBG/UFRJ)
Orientador (a)

Profa. Carla Beatriz Felipe (CBG/UFRJ)
Membro interno

Érica Resende (CFCH/UFRJ)
Membro externo

Dedico este trabalho à minha família, que em nenhum momento deixou de me apoiar nesta trajetória, e aos meus amigos que estiveram juntos comigo nessa jornada, tornando tudo mais leve.

AGRADECIMENTOS

Não há outra forma de começar meus agradecimentos que não seja os dirigindo, primeiramente, à minha família, que sempre esteve comigo. À minha mãe, Janaina, que sempre torceu pelo meu sucesso e me apoiou em todas áreas da minha vida. Ao meu pai, Wallace, que sempre se mostrou ao meu lado, me aconselhando e se mostrando presente. Ao meu avô paterno, Edson Ferreira Pinto (in memoriam), quem me forneceu a estrutura necessária para que eu pudesse levar a rotina que vivi neste período. À minha avó materna, Ana Maria, a vovó Ana, que é, e sempre será, uma das pessoas mais incríveis que tenho em minha vida, que sempre me deu amor, carinho, atenção e cuidado, sem a qual eu não teria aguentado a pressão do estresse do dia a dia. À minha avó materna, Sandra, pelo carinho, pelos conselhos e pelos bons momentos. Aos meus irmãos, Yuri e Enzo, grandes presentes da minha vida, nossos laços são extremamente fortes e me sinto honrado de ter irmãos tão incríveis. Às minhas tias, Tatiana e Andrea, por todos os conselhos, pela torcida e por estarem sempre ao meu lado. Aos meus primos (quase irmãos) Lucas e Andressa, por todas as conversas, os bons momentos, as risadas, a parceria e a irmandade que sempre tivemos. Agradeço também, à minha madrastra, Maria Aparecida, a Cida, pela oportunidade de termos desenvolvido profundamente nossa relação durante esse ciclo.

Não poderia deixar de agradecer também às pessoas que dividiram comigo as delícias e o estresse de viver essa etapa tão importante de nossas vidas: meus amigos. Começando pelos que me receberam incrivelmente quando havia acabado de fazer minha matrícula e me encontrava perdido no meio de tanta informação que chega quando entramos no universo da Universidade: meus veteranos, dentre os quais, vale menção honrosa (me lembrem de emitir o certificado) ao Gabriel, à Sara e à Gisele por todo o companheirismo e empatia que tiveram comigo e, também, por todos os ensinamentos, as dicas, os convites e a ajuda de sempre. Agradeço também, aos meus colegas de turma, em especial à Isabella, à Joanna, ao Lucas, à Tamires e à Thaynara, por todos os trabalhos em grupo, todos os bons momentos, todos os lanches no mesão do Rio Sul e por toda a parceria que sempre tivemos. Sou muito grato pelas amizades feitas durante esse tempo em que estivemos dividindo grande parte dos nossos dias e, por não ter tido trabalho em grupo que desfizesse nossos laços.

“Querem que vos ensine o modo de chegar à ciência verdadeira? Aquilo que se sabe, saber que se sabe; aquilo que não se sabe, saber que não se sabe; na verdade é este o saber.”
(Confúcio).

RESUMO

A sociedade contemporânea se caracteriza pelo uso intensivo de informação e conhecimento, e está cada vez mais imersa em trocas informacionais instantâneas, em que o conhecimento científico é um elemento relevante para o sucesso de um indivíduo, de uma organização ou de um determinado grupo social. Assim, é necessário pensar em formas de capacitar indivíduos a lidar com esse contexto. Neste sentido, a pesquisa busca refletir acerca da Competência Científica (CoCient) e sua relação com a Competência em Informação e Midiática (CIM). Como objetivo geral, pretende-se analisar o uso de sites de redes sociais para a promoção da CoCient. Tem como objetivos específicos identificar os principais produtores de conteúdo de CoCient no Instagram e mapear suas respectivas áreas de estudo/formação. Quanto aos aspectos metodológicos, aborda o tema de forma exploratória, qualitativa, utilizando de levantamento bibliográfico e pesquisa documental. Obtém, como resultados, a recuperação de um grande volume de publicações acerca do tema, com uma grande quantidade de contas dedicadas ao tema. Propõe meios para os profissionais da Ciência da Informação atuarem na área.

Palavras-chave: Competência Científica. Sites de Redes Sociais. Competência em Informação e Midiática. Instagram.

ABSTRACT

Contemporary society is characterized by the intensive use of information and knowledge, and is increasingly immersed in instant information exchanges, in which scientific knowledge is a relevant element for the success of an individual, an organization or a particular social group. Thus, it is necessary to think of ways to enable individuals to deal with this context. In this sense, the research seeks to reflect on Scientific Competence (CoCient) and its relationship with Information and Media Competence (CIM). As a general objective, we intend to analyze the use of social networking sites for the promotion of CoCient. Its specific objectives are to identify the main producers of CoCient content on Instagram and map their respective areas of study/training. As for the methodological aspects, it approaches the theme in an exploratory, qualitative way, using bibliographic research and documental research. As a result, it retrieves a large volume of publications on the topic, with a large number of accounts dedicated to the topic. It proposes ways for Information Science professionals to work in the area.

Keywords: Scientific Literacy. Social Networks Sites. Information Literacy. Instagram.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

| | | |
|--------------------|---|----|
| Figura 1 – | Perfil “@normalizandoetal” | 21 |
| Figura 2 – | <i>Feed</i> “@normalizandoetal” | 22 |
| Figura 3 – | Demais produtos e informações da página “@normalizandoetal” | 23 |
| Figura 4 – | Demais produtos e informações da página “@normalizandoetal” | 23 |
| Figura 5 – | Demais produtos e informações da página “@normalizandoetal” | 23 |
| Figura 6 – | Perfil “@andre_tccpratico” | 24 |
| Figura 7 – | <i>Feed</i> “@andre_tccpratico” | 25 |
| Figura 8 – | Produtos “@andre_tccpratico” | 26 |
| Figura 9 - | Perfil “@escreva_melhor” | 27 |
| Figura 10 - | <i>Feed</i> “@escreva_melhor” | 28 |
| Figura 11 | <i>Feed</i> “@escreva_melhor” | 28 |
| Figura 12 | Produto “@escreva_melhor” | 29 |

SUMÁRIO

| | | |
|--------------|--|----|
| 1 | INTRODUÇÃO | 10 |
| 1.1 | PROBLEMA..... | 11 |
| 1.2 | OBJETIVOS..... | 12 |
| 1.3 | JUSTIFICATIVA..... | 12 |
| 2 | REFERENCIAL TEÓRICO | 13 |
| 2.1 | COMPETÊNCIA CIENTÍFICA..... | 13 |
| 2.2 | SITES DE REDES SOCIAIS..... | 15 |
| 2.2.1 | O Instagram | 16 |
| 3 | PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS | 18 |
| 4 | RESULTADOS E DISCUSSÃO | 20 |
| 5 | CONSIDERAÇÕES FINAIS | 30 |
| | REFERÊNCIAS | 32 |

1 INTRODUÇÃO

O imediatismo nas trocas informacionais em que nossa sociedade está submersa fornece-nos a capacidade de potencializar nossa comunicação, bem como amplia os riscos de disseminação de informações não verificadas. Nesse sentido, por conta dos efeitos negativos, principalmente, como a propagação intencional de *Fake News*, muitos pesquisadores se debruçaram sobre o tema da Competência em Informação e Midiática (CIM). Esses pesquisadores, através dos estudos da CIM buscam fornecer instrumentos para a capacitação de indivíduos mais conscientes na busca, avaliação e difusão da informação.

É de conhecimento de todo indivíduo que está inserido no meio acadêmico, e, em parte pela sociedade em geral, o fato de que a ciência se sustenta em método. Porém, se tomarmos como evidência as recentes manifestações anti ciência por parte da sociedade e o contexto descrito no parágrafo anterior, enxergamos um problema a ser estudado. Nesse sentido, podendo ser compreendida como uma vertente da Competência em Informação e Midiática, a Competência Científica (CoCient) é um tema relevante que deve atrair cada vez mais a atenção de profissionais da informação e pesquisadores , visto que:

Essa competência subsidia o desenvolvimento do pensamento científico que requerem dos pesquisadores vivenciar situações diversas e o domínio de habilidades e recursos que facilitem explicar, argumentar, formular hipóteses, comunicar suas ideias e compartilhar o conhecimento científico. (ROSETTO, 2019, p. 3)

Tratando-se de um tema o qual envolve a sociedade como um todo e dado seu teor interdisciplinar, podemos esperar que a CoCient chame a atenção de diferentes grupos, trazendo a possibilidade da temática ser estudada a partir de diversas perspectivas. Laugksch (2000) aponta quatro principais grupos de interesse na promoção da CoCient, sendo estes:

- a) A comunidade de educação científica: abrange profissionais do ensino básico ao superior, porém, com foco no ensino médio. Estão principalmente preocupados com a relação entre educação formal e competência científica;
- b) Cientistas sociais e pesquisadores da opinião pública: este grupo se debruça sobre a relação da sociedade em geral com o tema, buscando identificar as práticas de obtenção e disseminação da informação e a proximidade com a ciência;

- c) Sociólogos da ciência: estão interessados em como indivíduos na vida cotidiana interpretam e negociam conhecimento científico;
- d) Profissionais envolvidos na divulgação científica: engloba jornalistas científicos, profissionais de museus, jardins botânicos, zoológicos e semelhantes.

Mesmo apresentando potencial para influir na sociedade, a CoCient é, ainda, um tema pouco explorado na literatura da Ciência da Informação (CI) e Biblioteconomia e, apesar da baixa produção acadêmica sobre o assunto, podemos encontrar ao buscar em sites de redes sociais, como o Instagram¹, algumas iniciativas de promoção de competências científicas. As páginas/perfis que produzem este tipo de conteúdo não param de surgir nestes espaços, tratando dos mais variados temas. Aqui trataremos das páginas que publicam conteúdo que estejam relacionados às competências científicas, que, ao tomarmos como norte a definição supracitada de Rosetto (2019), podemos considerar:

- a) planejamento e criação de projetos de pesquisa;
- b) normalização de documentos;
- c) organização de currículo Lattes;
- d) fontes de pesquisa.

Um usuário assíduo desses ambientes provavelmente, em algum momento, já se deparou com conteúdo educacional/instrutivo na rede tratando dos temas supracitados.

1.1 PROBLEMA

A pesquisa a ser realizada busca respostas para três perguntas:

- a) Quem são os produtores de conteúdo em CoCient no Instagram?
- b) De quais áreas de formação esses produtores vêm?
- c) Qual o papel que profissionais da Ciência da Informação e Biblioteconomia podem assumir nessa área?

¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/>. Acesso em: 24 set. 2021.

1.2 OBJETIVOS

Dos objetivos da pesquisa, temos:

1. Objetivo geral:
 - a) Analisar a produção de conteúdo em competência científica no Instagram no Brasil
2. Objetivos específicos:
 - a) identificar os principais produtores de conteúdo da área no Instagram;
 - b) mapear suas respectivas áreas de estudo/formação;
 - c) Entender de que forma profissionais da Ciência da Informação e Biblioteconomia podem colaborar nessa temática.

1.3 JUSTIFICATIVA

Ao realizarmos uma busca abrangente na base Web of Science (WoS)² utilizando o termo “*Scientific Literacy*” recuperamos 2,163 resultados³, dentre os quais a categoria “*Information Science Library Science*” apresenta apenas 28 resultados, dividindo com a categoria “*Computer Science Theory Methods*” o 16º lugar no número de resultados. Ao utilizarmos o termo de busca “*Scientific Literacy*” na Base de Dados em Ciência da Informação (Brapci)⁴, retornamos apenas dois trabalhos brasileiros e, ao utilizar o termo “Competência Científica” outros dois resultados diferentes, totalizando quatro trabalhos distintos acerca do tema somente. A partir desta análise, podemos verificar que há escassez de material produzido pela área da Ciência da Informação.

Conforme vimos na introdução deste trabalho, a CoCient pode exercer uma importante função no meio acadêmico, bem como na sociedade como um todo. Além disso, ao refletirmos sobre a função da CoCient, facilmente percebemos uma aproximação com a área da Ciência da Informação, a qual Borko (1968, p. 3, tradução nossa) define como sendo:

[...] aquela disciplina que investiga as propriedades e o comportamento informacional, as forças que governam os fluxos de informação, e os significados do processamento da

² Disponível em: <https://www.webofscience.com>. Acesso em: 24 set. 2021.

³ Buscas realizadas no dia 24 set. 2021.

⁴ Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/>. Acesso em: 24 set. 2021.

informação, para ótimas acessibilidade e usabilidade. Ela está preocupada com o corpo de conhecimentos relacionados à origem, coleção, organização, armazenamento, recuperação, interpretação, transmissão, transformação, e utilização da informação. Isto inclui a investigação da representação da informação em ambos os sistemas, naturais e artificiais, o uso de códigos para a transmissão eficiente da mensagem, e o estudo do processamento de informações e de técnicas aplicadas aos computadores e seus sistemas de programação.

Desta forma, vemos a relevância de se trabalhar a temática da CoCient na Ciência da Informação. Soma-se, também, a importância de se trabalhar nesta pesquisa o fato de encontrarmos tão poucos trabalhos da temática em nossa área no Brasil e a contribuição para estudos futuros.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

A compreensão básica dos parâmetros aos quais a produção científica deve estar apoiada é algo desejável aos indivíduos que concluem o ciclo escolar, porém, em meio a um contexto de alta frequência de fake news nos ambientes cibernéticos onde esses indivíduos convivem, cada vez mais precocemente, a informação ensinada nas escolas entra em conflito com o que se é propagado nesses ambientes. Hoje, o indivíduo que sai do ensino médio e ingressa em uma universidade precisa, primeiro, desconstruir a ideia de que a ciência é baseada em achismos e, então, aprender a consumir e fazer ciência.

Diante disso, trabalharemos nas seções subsequentes o conceito de Competência Científica, passando por sua relação com a área de Educação, bem como suas aproximações com a Competência em Informação e Midiática e, trataremos, também, dos Sites de Redes Sociais e suas características.

2.1 COMPETÊNCIA CIENTÍFICA

Conforme vimos na introdução, o conceito de CoCient é trabalhado por algumas áreas distintas. Na pesquisa feita na base Web of Science, foram recuperados trabalhos em dezenas de categorias. Para esta pesquisa, focaremos em trabalhar o conceito na perspectiva da Ciência da Informação, trazendo também contribuições da área da educação, buscando somar as visões de cada área de forma a nos auxiliar no entendimento do tema.

Em nossas buscas por material, encontramos também pesquisadores que utilizam os termos “Letramento Científico” e “Alfabetização Científica”. Optamos por utilizar o termo Competência Científica, pois foi através do qual encontramos maior número de resultados, além disso, “Competência” é um conceito que vem sendo utilizado com frequência na área de educação por seu teor de possibilitar maior envolvimento do indivíduo em suas necessidades informacionais, sendo definido por Perrenoud (1999, p. 7) como sendo:

[...] uma capacidade de agir eficazmente em um determinado tipo de situação, apoiada em conhecimentos, mas sem limitar-se a eles. Para enfrentar uma situação da melhor maneira possível, deve-se, via de regra, pôr em ação e em sinergia vários recursos cognitivos complementares, entre os quais estão os conhecimentos.

Doutora em História da Ciência pela PUC/SP (CNPQ, 2020) e com diversas produções na temática da Competência em Informação e Midiática, Marcia Rosetto é um nome em evidência quando se busca material acerca da Competência Científica no Brasil. Como vimos na introdução, a autora relaciona o conceito da CoCient ao desenvolvimento do pensamento científico e o domínio de habilidades e recursos que facilitem a comunicação de ideias e o compartilhamento do conhecimento científico. Além disso, Rosetto aponta a CoCient como uma vertente transversal da CIM e considera que elas se interrelacionam

[...] no fluxo informacional e comunicacional gerado pela ciência, em sua estrutura e a quem o conhecimento é dirigido, e atrelado necessariamente às novas configurações sociais e processos que o mundo digital propõe e que exigem competências e habilidades como subsídio inerentes as essas perspectivas contemplando o acesso à informação, sua avaliação e uso ético. (ROSETTO, 2019, p. 17).

O termo em inglês usado com frequência para designar o conceito é o “*Scientific Literacy*”, que, em tradução direta, seria “alfabetização científica”. Tal nomenclatura pode até ser encontrada em trabalhos na língua portuguesa, porém, não seria a melhor forma para designar a CoCient. Mesmo na literatura em inglês, podemos encontrar autores que enfatizam o papel ativo do indivíduo que desenvolve a CoCient, de acordo com Laugksch (2000, p. 83, tradução nossa):

Definições que incluem habilidades exigentes e intelectuais como parte da alfabetização científica, mas não exigem um propósito explicitamente declarado para adquirir essas habilidades [...] foram colocadas em a categoria aprendida. Essas interpretações pareciam ser propostas apenas pelo valor intelectual de ser cientificamente alfabetizado. Por outro lado, quando um contexto foi sugerido no qual um indivíduo cientificamente alfabetizado precisava operar [...], ou se uma determinada atividade era necessária para ser realizada [...], então o conceito foi colocado na categoria competente. Competente refere-se, neste caso, à extensão da capacidade de realizar tais tarefas.

Portanto, para que possamos considerar um indivíduo competente cientificamente, precisamos nos assegurar de que o mesmo se aproprie das habilidades concernentes a essa competência e assuma um lugar ativo nesse contexto. Por isso, antes de tudo, as iniciativas em prol do desenvolvimento das competências científicas devem despertar nesses indivíduos o envolvimento com o tema, de modo que estes compreendam a importância de desenvolver essas competências.

2.2 SITES DE REDES SOCIAIS

Estudiosos da Análise de Redes Sociais (ARS) vêm estudando há muito tempo as redes sociais, conceito que remete “[...] a inter-relações, associações encadeadas, interações, vínculos não-hierarquizados, todos envolvendo relações de comunicação e/ou intercâmbio de informação e trocas culturais ou interculturais.” (AGUIAR, 2007, p. 2). Essas inter-relações podem se dar tanto entre pessoas, como também, podem envolver organizações e por diversos meios, ainda nas palavras da autora as redes sociais são

[...] antes de tudo, relações entre pessoas, estejam elas interagindo em causa própria, em defesa de outrem ou em nome de uma organização, mediadas ou não por sistemas informatizados; são métodos de interação que sempre visam algum tipo de mudança concreta na vida das pessoas, no coletivo e/ou nas organizações participantes. (AGUIAR, 2007, p. 2)

Ao passo em que cada vez mais a sociedade se apropria das ferramentas de comunicação fornecidas pelas tecnologias de informação e comunicação (TICs), mais trocas se dão no ciberespaço. Nesse contexto, podemos perceber o crescimento da presença dos populares sites de redes sociais na vida das pessoas, visto que essas ferramentas potencializam nossas possibilidades de conexões e interações. Nas palavras de Santos e Cypriano (2014, p. 64), o “que está em jogo aqui é a mudança na utilização da web, que passa de uma ênfase prioritariamente instrumental para uma amplamente relacional”. A partir disso, pesquisadores da ARS, debruçam-se cada vez mais nos estudos desses ambientes.

Apesar das potenciais possibilidades proporcionadas por esses Sites de Redes Sociais, não podemos ignorar a motivação pela qual os mesmos são desenvolvidos e mantidos. De acordo com Aguiar (2007, p. 10), esses ambientes são:

[...] criado[s] e desenvolvido[s] por motivações comerciais, a partir de “tendências” de comportamento social e subculturas identificadas por pesquisas de mercado, ou seja, tendo como foco o indivíduo atomizado na condição de consumidor (atual ou potencial) e não de cidadão ou de commons (quem compartilha).

O fato supracitado pode dificultar uma análise do material buscado nessas plataformas, portanto, devemos ter essa informação em mente ao lidar com as questões que permeiam o uso desses sites, visto que a experiência de uso pode variar de usuário para usuário de acordo com o perfil traçado por esses mecanismos de viés comercial.

2.2.1 O Instagram

O Instagram é um site de rede social que pode ser acessado através do navegador web ou via aplicativo para smartphones e tablets, sendo esta última a melhor experiência com a plataforma. Foi criado por Kevin Systrom e pelo brasileiro Mike Krieger em 2010, quando os dois trabalhavam na criação de um aplicativo chamado Burbn que se tratava de uma plataforma onde seus usuários poderiam “[...] compartilhar experiências e histórias fora do escritório e de casa” (OTHON, 2016, p. 232). O Burbn se tornou o Instagram, que inicialmente estava disponível somente para os usuários do sistema iOS da Apple e se tornou um sucesso instantâneo, tendo atraído 1 milhão de usuários em apenas três meses.

Em abril de 2012, com o sucesso da plataforma, seus desenvolvedores decidiram disponibilizar o aplicativo no sistema Android, do Google, o que foi importante para aumentar consideravelmente sua popularidade. Nesse mesmo mês, em meio ao sucesso crescente da plataforma, o Instagram foi comprado pelo Facebook pelo valor estimado em 1 bilhão de dólares americanos.

A rede, que inicialmente tinha como ponto principal o compartilhamento de fotos na proporção 1:1, passou por diversas atualizações e mudanças no conteúdo compartilhado ao longo de sua história, primeiramente passando a aceitar fotos com proporções diferentes e vídeos. Além disso, vemos em sua história, diversas mudanças adotadas na plataforma para se manter em alta, oferecendo as tendências trazidas por seus concorrentes, as quais podemos utilizar como exemplo a adoção dos *stories*, vídeos de 15 segundos que expiram em 24 horas, para concorrer com o Snapchat⁵ e, a mais atual, criação dos reels, vídeos curtos e dinâmicos apresentados em uma linha do tempo mas que permanecem disponíveis no perfil, trazendo aos seus usuários a tendência popularizada pelo Tik Tok⁶.

Resultado dos esforços acima apresentados, ainda hoje, a plataforma se mantém como uma das mais populares no mundo. No Brasil, o Instagram ocupa o quarto lugar entre as redes sociais mais utilizadas segundo dados da pesquisa feita pela Hootsuite (2021), com 110 milhões de usuários, atrás do Facebook, com 130 milhões, do YouTube, com 127 milhões e do WhatsApp, com 120 milhões. No entanto, ao compararmos os resultados das publicações

⁵ Disponível em: <https://www.snapchat.com/>. Acesso em: 30 jan. 2022.

⁶ Disponível em: <https://www.tiktok.com/pt-BR/>. Acesso em: 30 jan. 2022.

de páginas que coexistem no Facebook e Instagram, podemos observar maior grau de engajamento (número de interações feitas com as publicações em relação ao número de seguidores) no Instagram em relação ao Facebook.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Visto que o tema aqui proposto é pouco explorado, esta pesquisa se dará em nível exploratório com abordagem qualitativa, podendo servir como ponto de partida para pesquisas posteriores na temática, pois, segundo Gil (2008, p. 27):

Muitas vezes as pesquisas exploratórias constituem a primeira etapa de uma investigação mais ampla. Quando o tema escolhido é bastante genérico, tornam-se necessários seu esclarecimento e delimitação, o que exige revisão da literatura, discussão com especialistas e outros procedimentos. O produto final deste processo passa a ser um problema mais esclarecido, passível de investigação mediante procedimentos mais sistematizados.

A primeira etapa foi a realização de um levantamento bibliográfico, onde buscamos, nas bases de dados da Ciência da Informação e interdisciplinares, artigos científicos e livros para a construção de referencial teórico de apoio ao desenvolvimento da pesquisa.

Em seguida, realizamos uma pesquisa documental no Instagram que teve como objetivo recuperar páginas voltadas ao compartilhamento de conteúdo em CoCient. Para isso, primeiramente, criamos uma conta utilizando um endereço de e-mail novo, criado exclusivamente para essa pesquisa, de forma a tentar minimizar os efeitos do direcionamento comercial elaborado que uma conta com mais tempo de uso carrega.

Com a nova conta, utilizando *hashtags*, forma usual de se buscar conteúdo na rede inserindo o carácter “#” antes do termo de busca, sem espaço, buscamos por termos relacionados às competências científicas, tais como: *#pesquisa*; *#tcc*; *#trabalhosacademicos*; etc. Damos preferência às páginas que apresentaram maior número de publicações recuperadas em destaque e constância nas publicações, o que consideramos por pelo menos um post na semana em que foi feita a pesquisa para que pudéssemos nos assegurar de que a página ainda estava ativa.

Por fim, analisamos os perfis recuperados, dando atenção tanto ao conteúdo, quanto aos produtores destes, de forma a conseguir reunir informações o suficiente para que as perguntas feitas na elaboração deste trabalho fossem respondidas.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Em nossas buscas pudemos constatar o alto volume de material publicado na plataforma relacionado às competências científicas. Ao pesquisar pelas hashtags *#cc*, *#pesquisacientifica*, *#artigocientifico*, *#trabalhosacademicos* e *#iniciacaocientifica* no instagram, no dia 06/02/2022, recuperamos 2,3 milhões, 137 mil, 88,8 mil, 33,7 mil e 30 mil publicações, respectivamente, demonstrando que muito se produz acerca do tema e evidenciando, assim, a demanda que existe do conteúdo entre os usuários da plataforma.

Em relação ao conteúdo encontrado, dentre os resultados apresentados, utilizando o filtro de mais relevantes, encontramos publicações de humor relacionadas aos percalços que estudantes e pesquisadores passam na vida acadêmica, bem como publicações de dicas de organização de tempo para pesquisa e elaboração de trabalhos acadêmicos, reflexões acerca de educação, dicas de normalização de trabalhos acadêmicos, dicas de vocabulário em trabalhos científicos, dicas para atualização do currículo Lattes, além de publicações de conscientização acerca da prática de plágio e da comercialização de trabalhos acadêmicos prontos, temas esses de extrema importância para a ética na ciência.

Dentre esses resultados obtidos em nossas buscas, algumas páginas se destacaram na incidência de postagens e, portanto, as selecionamos para analisar como funcionam essas páginas buscando trazer as respostas para as questões de nossa pesquisa. As páginas escolhidas foram a *@normalizandoetal*⁷, a *@andre_tccpratico*⁸ e a *@escreva_melhor*⁹, as quais apresentaremos a seguir:

a) “@normalizandoetal”

A página é administrada por Jaielson Yandro, nutricionista formado pela Universidade Federal de Campina Grande e atualmente mestrando em Ciências da Nutrição pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência e Tecnologia de Alimentos da Universidade Federal da Paraíba. De acordo com a descrição da página, Jaielson busca trazer conteúdo de produção acadêmica descomplicada e saudável para estudantes universitários.

⁷ Disponível em: <https://www.instagram.com/normalizandoetal/>. Acesso em: 6 fev. 2022.

⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/andre_tccpratico/. Acesso em: 6 fev. 2022.

⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/escreva_melhor/. Acesso em: 6 fev. 2022.

Figura 1 - Perfil “@normalizandoetal”



Fonte: captura de tela realizada no aplicativo do Instagram para iOS

Ao analisar seu *feed*, de fato constatamos se tratar de um conteúdo descontraído, pois, dentre suas postagens observamos a forte presença de conteúdo de humor relacionado à vida acadêmica. Encontramos, também, postagens que relacionam assuntos em alta, como o Big Brother Brasil, *reality show* de grande audiência da emissora Globo, com dicas sobre vida acadêmica e a importância de se produzir material na sua área de pesquisa, por exemplo.

Figura 2 - Feed “@normalizandoetal”



Fonte: captura de tela realizada no aplicativo do Instagram para iOS

Além das publicações, a página mantém um clube do livro com leituras não-acadêmicas, o que Jaielison expressa ser importante para o aumento de vocabulário e para a melhora da escrita, por exemplo. Além disso, o autor da página planeja o lançamento de um e-book em parceria com a autora da página “@gabriela.pepis”.

Figuras 3, 4 e 5 - Demais produtos e informações da página “@normalizandoetal”



Fonte: captura de tela realizada no aplicativo do Instagram para iOS

Até a data da pesquisa a página acumulava o total de 8.781 seguidores e notamos uma alta produção de material, apresentando frequência diária de postagem, seja em forma de imagem, vídeo, *stories* ou *reels*.

b) “@andre_tccpratico”

O perfil é administrado pelo professor e advogado, com mestrado em Ciências Jurídicas pela Universidad Americana, André Fontenelle e traz, como o nome sugere, dicas práticas para auxiliar seus seguidores na elaboração de trabalhos acadêmicos, com foco no TCC. André, além do Instagram que, até o momento da pesquisa, conta com mais de 6.800 seguidores, leva a marca TCC Prático para seu blog e também possui um canal no YouTube com 171 mil inscritos.

Figura 6 - Perfil “@andre_tccpratico”



Fonte: captura de tela realizada no aplicativo do Instagram para iOS

Analisando o conteúdo disponibilizado no perfil, observamos postagens simples e diretas que trazem conteúdo que passam por dicas de ABNT, de produção textual, de técnicas de organização e gestão de tempo, de apresentação para a banca, entre outras questões que envolvem a elaboração de um trabalho de conclusão de curso.

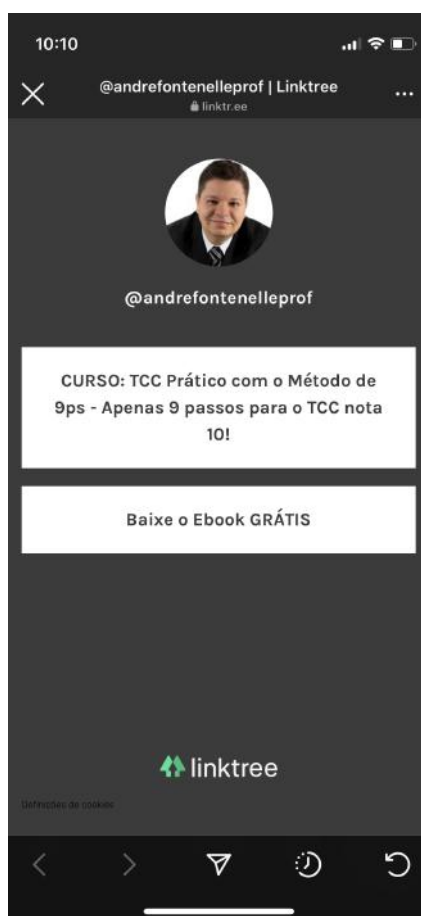
Figura 7 - Feed “@andre_tccpratico”



Fonte: captura de tela realizada no aplicativo do Instagram para iOS

André, além das publicações, oferece dois produtos em sua página: seu curso, chamado “TCC Prático com Método de 9ps - Apenas 9 passos para o TCC nota 10!” e um e-book com dicas para montar o tema do seu TCC que é oferecido gratuitamente mediante cadastro do e-mail.

Figura 8 - Produtos “@andre_tccpratico”



Fonte: captura de tela realizada no aplicativo do Instagram para iOS

c) “@escreva_melhor”

Com ênfase em escrita científica, pesquisa, artigos, publicações e seleções, o perfil é administrado pela Mestra em Ciências Sociais pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e Doutoranda em Administração pela Universidade do Estado de Santa Catarina, Bruna Hamerski. O perfil, até o momento da pesquisa, conta com 5.198 seguidores.

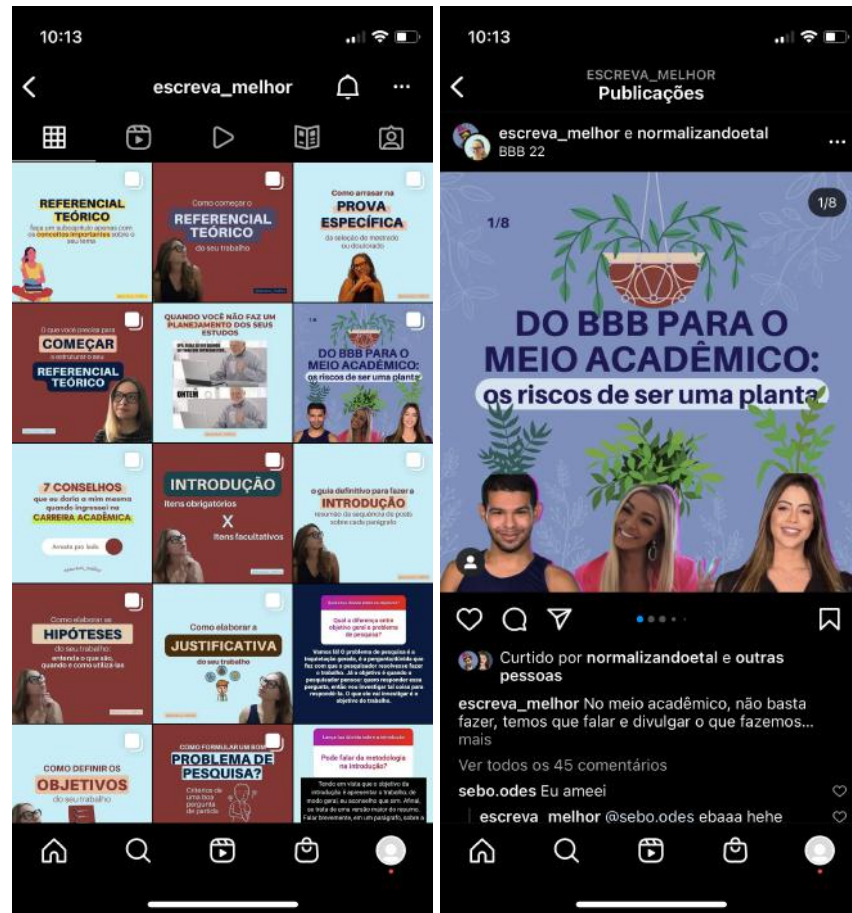
Figura 9 - Perfil “@escreva_melhor”



Fonte: captura de tela realizada no aplicativo do Instagram para iOS

O conteúdo que Bruna produz para o perfil, assim como vimos no perfil “@normalizandoetal”, é bastante descontraído, trazendo conteúdo de humor acerca da vida acadêmica junto às publicações de conteúdo sobre seleções de mestrado e doutorado, conselhos sobre carreira acadêmica, sobre estrutura de trabalhos acadêmicos e demais assuntos correlatos. Bruna e Jaielison já chegaram a colaborar e criar postagens em conjunto e, ao navegar por suas postagens, vemos que ambos interagem nas postagens um do outro com frequência.

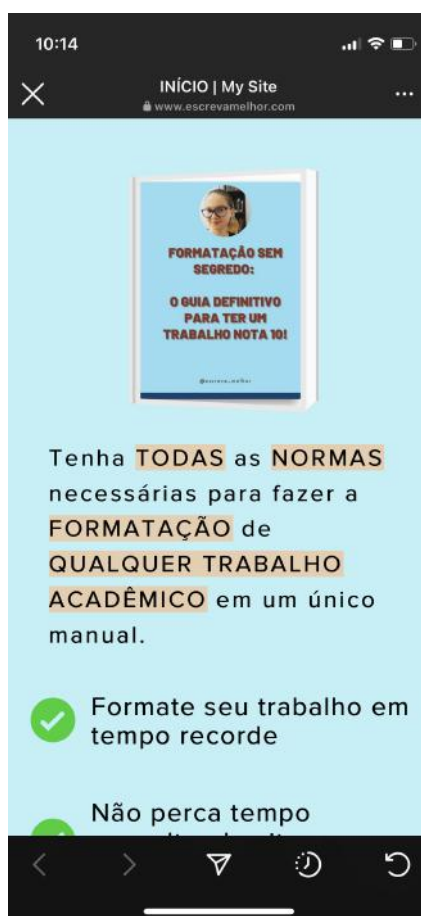
Figuras 10 e 11 - Feed “@escreva_melhor”



Fonte: captura de tela realizada no aplicativo do Instagram para iOS

Assim como nas demais páginas, Bruna também oferece um produto além das publicações de sua página. Por aqui, o produto ofertado é seu e-book chamado “Formatação sem segredo: o guia definitivo para ter um trabalho nota 10!” onde ela promete oferecer todas as normas necessárias para fazer a formatação de qualquer trabalho acadêmico.

Figura 12 - Produto “@escreva_melhor”



Fonte: captura de tela realizada no aplicativo do Instagram para iOS

Durante a realização da pesquisa e estudo das páginas selecionadas nos deparamos com sugestões oferecidas pela plataforma e, em alguns casos, ficamos surpresos de surgirem páginas com mais seguidores do que as selecionadas através dos destaques. A primeira hipótese que nos veio em mente foi uma possível maior taxa de engajamento nas páginas selecionadas, porém, não foi possível calcular o engajamento, pois todas as páginas optaram por ocultar o número de curtidas em suas publicações.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a leitura do referencial teórico utilizado para dar base à pesquisa, analisando e refletindo acerca do material encontrado no Instagram de páginas que produzem material acerca de competências científicas, pudemos observar alguns métodos que os autores desse material utilizam para atingir seu público. A exemplo disso, temos o humor sobre a vida acadêmica, utilizado como forma de criar uma sensação de inserção e pertencimento à comunidade acadêmica e que, combinado às demais publicações onde dicas e conhecimento são compartilhados, afloram no indivíduo a necessidade de desenvolver suas competências.

Fato interessante que pudemos notar, ao explorar as páginas que produzem esse conteúdo, foi o fator empreendedor envolvido nessa área, pois, vimos que esses produtores de conteúdo geralmente ofertam seus produtos em suas páginas, geralmente *ebooks* ou cursos, como forma de monetizar seu trabalho. Tal prática pode ser vista como oportunidade para profissionais e estudantes de Biblioteconomia que querem empreender e poderia ser algo apresentado nos cursos que oferecem disciplinas de empreendedorismo em sua grade.

Importante destacar a responsabilidade que essas páginas assumem em abordar temas éticos como o plágio e a compra de trabalhos prontos. Tais assuntos são de extrema importância para que tenhamos uma ciência ética e de qualidade, com material produzido autêntico e relevante para o avanço científico e tecnológico do país. Apesar disso, nos deparamos, também, com a existência de perfis voltados à venda de trabalhos acadêmicos prontos, a prática é ilegal para quem vende e para quem compra, pois pode ser enquadrado no crime de falsidade ideológica previsto no artigo 299 do Código Penal¹⁰ (BRASIL, 1940).

É importante considerarmos, também, que apesar de não figurarem entre os perfis de destaque no Instagram, talvez por não adquirirem a promoção paga do conteúdo na rede, muitas bibliotecas universitárias mantêm páginas na rede nas quais também podemos

¹⁰ Código Penal - Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940, Art. 299 - Omitir, em documento público ou particular, declaração que dele devia constar, ou nele inserir ou fazer inserir declaração falsa ou diversa da que devia ser escrita, com o fim de prejudicar direito, criar obrigação ou alterar a verdade sobre fato juridicamente relevante: Pena - reclusão, de um a cinco anos, e multa, se o documento é público, e reclusão de um a três anos, e multa, se o documento é particular. Parágrafo único - Se o agente é funcionário público, e comete o crime prevalecendo-se do cargo, ou se a falsificação ou alteração é de assentamento de registro civil, aumenta-se a pena de sexta parte. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm. Acesso em: 10 mar. 2022.

encontrar conteúdo em competência científica. Tais iniciativas são de grande importância pela proximidade com os indivíduos no ambiente acadêmico que conseqüentemente essas bibliotecas têm e pelos recursos os quais tem a oferecer para o desenvolvimento das competências científicas destes. Diante dessa realidade, podemos enxergar o trabalho feito por essas bibliotecas como pontuais, agindo com o foco em atender a comunidade da unidade, no caso de bibliotecas setoriais, ou da comunidade universitária como um todo, em bibliotecas centrais.

Conforme apontamos anteriormente, esta pesquisa se dá em estágio inicial dado a pouca exploração da temática na Ciência da Informação e Biblioteconomia e, visto os resultados que obtivemos, onde pudemos observar uma alta produção e consumo de material de competências científicas na rede social investigada, acabamos por evidenciar o potencial para futuras pesquisas. Reforçamos a importância do tema para o mundo acadêmico e o importante papel que os profissionais da informação podem desempenhar na área.

REFERÊNCIAS

- AGUIAR, Sonia. Redes sociais na internet: desafios à pesquisa. *In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO*, 30, 2007, Santos. **Anais...** Santos: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/r3-1977-1.pdf>. Acesso em: 7 out. 2021.
- BORKO, H. Information Science: What is it? **American documentation**, [s.l.], v. 19, n. 1, p. 3-5, Jan. 1968. Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/asi.5090190103>. Acesso em: 10 mar. 2022.
- BRASIL. Presidência da República. Casa Civil. Subchefia para Assuntos Jurídicos. **Decreto-Lei nº 2.848, de 7 de dezembro de 1940**. Institui o crime de falsidade ideológica. Rio de Janeiro: Presidência da República, 1940. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto-lei/del2848compilado.htm. Acesso em: 10 mar. 2022.
- CLARIVATE ANALYTICS. **Web of Science**. [S.l.]: Clarivate Analytics, c2021. Disponível em: <https://www.webofscience.com>. Acesso em: 24 set. 2021.
- CNPQ. Currículo da plataforma Currículo Lattes. Informações sobre a Doutora Marcia Rosetto. [S.l.]: CNPQ, 2021. Disponível em: <http://lattes.cnpq.br/8926305589139284>. Acesso em: 25 set. 2021.
- FACEBOOK. **Instagram**. Menlo Park: Facebook, c2021. Disponível em: <https://www.instagram.com/>. Acesso em: 24 set. 2021.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2008.
- LAUGKSCH, Rüdiger C. Scientific Literacy: A Conceptual Overview. **Science education**, [s.l.], v. 84, n. 1, p. 71-94, jan., 2000. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/200772545_Scientific_Literacy_A_Conceptual_Overview. Acesso em: 7 out. 2021.
- OTHON, Renata Alves de Albuquerque; COELHO, Maria das Graças Pinto. Comunicação de marcas em redes sociais na internet: estilos de abordagem publicitária no Instagram. **Revista observatório**, Palmas, v. 2, n. 3, p. 221-245, maio-ago. 2016. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/2276/8879>. Acesso em: 6 fev. 2022.
- PERRENOUD, Philippe. **Construir competências desde a escola**. Porto Alegre: Artmed, 1999.
- ROSETTO, Marcia. Competência Científica: uma vertente transversal da Competência em Informação e Midiática. *In: XX ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO – ENANCIB*, 20, 2019, Florianópolis. **Anais[...]** Florianópolis: UFSC,

2019. Disponível em: <https://conferencias.ufsc.br/index.php/enancib/2019/paper/view/1106>. Acesso em: 7 out. 2021.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ; UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL. **BRAPCI - Base de Dados em Ciência da Informação**. Curitiba; Porto Alegre: UFPA; UFGRS, c2021. Disponível em: <https://www.brapci.inf.br/>. Acesso em: 24 set. 2021.

WE ARE SOCIAL; HOOTSUITE. **Digital 2021 Brazil**. [S.l.]: We Are Social; Hootsuite, 2021. Disponível em: <https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-brazil-january-2021-v01>. Acesso em: 6 fev. 2022.