

## **Divulgação científica: uso do instagram para o compartilhamento de projetos de pesquisa**

*Lucas Gomes de Freitas<sup>1</sup>, Clara Fernanda de Souza Barcelos<sup>1</sup>, Jayane Moraes de Oliveira<sup>1</sup>,  
Davi Azevedo Ourique Aguiar<sup>1</sup>, Maria das Graças Machado Freire<sup>2</sup>*

*(1) Aluno de Iniciação Científica do PROVIC - Curso de Arquitetura e Urbanismo; (2) Pesquisadora Orientadora - Laboratório de Química e Biomoléculas (LAQUIBIO) / ISECENSA - Institutos Superiores de Ensino do CENSA - ISECENSA, Rua Salvador Correa, 139, Centro, Campos dos Goytacazes, RJ, Brasil*

“A Ciência não é do cientista” e muito menos se satisfaz em si mesma. Para o pesquisador, é necessário divulgar os seus achados e compartilhá-los com a comunidade mais ampla, o que enriquece tanto a sociedade quanto a Ciência. Para que isso aconteça, é preciso que o conhecimento científico seja divulgado com o emprego de vocabulário simples, linguagem direta e comunicativa, utilizando-se veículos de comunicação acessíveis à população em geral. Entretanto, ainda existe certa resistência ao uso das redes sociais como um meio de divulgação de trabalhos científicos. Este projeto visou apoiar a tarefa de divulgação científica, dirigida a diferentes públicos, instigando principalmente, a comunidade acadêmica a conhecer e/ou participar das pesquisas realizadas nos programas de iniciação científica do ISECENSA. A metodologia escolhida para este projeto foi a pesquisa-ação, que apresenta caráter crítico-colaborativa sendo atrativa pelo fato de levar a um resultado específico imediato: a construção de vídeos e sua publicação nas redes sociais visando a divulgação dos projetos de pesquisa ISECENSA 2021/2022. Os resultados mostraram forte engajamento dos alunos e professores com 2.928 inscritos no VI Seminário de Pesquisa e Desenvolvimento do ISECENSA, oportunizando a apresentação na modalidade de banners (84 resumos) e 38 apresentações orais dos projetos de pesquisa 2020/2021, utilizando a plataforma Google for Education.

**Palavras-chave:** Redes sociais. Comunicação visual. Valorização da pesquisa.

**Instituição de Fomento:** ISECENSA