

Eixo Temático 2 - Informação, Comunicação e Processos Tecnológicos

**A DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA SOBRE A COVID-19 NO INSTAGRAM:  
uma análise sociolinguística das ações presentes no perfil institucional da Universidade  
Federal de Alagoas**

***SCIENTIFIC DISSEMINATION ABOUT COVID-19 ON INSTAGRAM:  
a sociolinguistic analysis of actions present in the institutional profile of the Federal  
University of Alagoas***

**Izadora Lopes Garcia Nascimento** – Universidade Federal de Alagoas (UFAL) –  
*izadora.nascimento@ascom.ufal.br*

**Robéria de Lourdes de Vasconcelos Andrade** – Universidade Federal de Alagoas (UFAL) –  
*robéria.andrade@ichca.ufal.br*

**Modalidade: Trabalho Completo**

**Resumo:** Durante a pandemia, universidades federais desempenharam um importante papel por meio da divulgação científica. Nesse contexto, a Universidade Federal de Alagoas utilizou suas mídias sociais para divulgar pesquisas relativas à emergência sanitária. Este artigo objetiva analisar a divulgação científica sobre a *coronavirus disease 19* no Instagram da Universidade Federal de Alagoas em 2020, dentro de uma perspectiva sociolinguística. Trata-se de um estudo de natureza qualitativa, do tipo descritivo. Foram analisadas publicações realizadas em 2020 e que atendiam aos critérios de inclusão. Foi possível perceber que a busca pela adequação das peças às necessidades do público não-especializado apresenta deficiências.

**Palavras-chave:** divulgação científica; informação em saúde; Covid-19; instituições de ensino superior; mídias sociais.

**Abstract:** During the pandemic, federal universities played an important role through scientific communication. In this context, the Federal University of Alagoas used its social media to disseminate research related to the health emergency. This article aims to analyze the scientific communication about coronavirus disease 19 in the institutional profile of the Federal University of Alagoas on Instagram in 2020. This is a qualitative, descriptive study. Publications published in 2020 that met the inclusion criteria were analyzed. It was possible to perceive that the search for the adequacy of the pieces to the needs of the non-specialized public presents deficiencies.

**Keywords:** scientific communication; health information; Covid-19; higher education institutions; social media.

## **1 INTRODUÇÃO**

A lógica de produção científica atende a demandas geradas por pressões históricas, econômicas, políticas e sociais, sendo a ciência um produto que não existe como um *corpus* autônomo e nem que se aparta das dinâmicas apresentadas por uma determinada

sociedade (TARGINO, 2016). Essa relação intrínseca exige que o conhecimento produzido circule, não apenas no formato de comunicação científica, direcionado às discussões acadêmicas, mas também na forma de iniciativas que difundem o conhecimento para fora da academia.

A divulgação científica assume diferentes definições e denominações de acordo com o período histórico ou a cultura em que está inserida, mas, em linhas gerais, o termo compreende iniciativas de capilarização da produção acadêmica para um público não-especializado. De acordo com Bueno (2010), elas se diferenciam da comunicação científica em quatro esferas: o perfil do público, o nível do discurso, a natureza dos canais e as intenções. Tendo como principal objetivo a democratização do acesso à Ciência e Tecnologia (C&T), especialmente em questões de interesse público e de maior relação com o cotidiano, a divulgação científica beneficia, simultaneamente, cientistas, instituições de pesquisa e a sociedade, uma vez que engaja o público não-especializado em torno da defesa da ciência e o emancipa, a partir do entendimento crítico dos impactos da produção científica (ALBAGLI, 1996).

Adaptação do nível do discurso é fundamental para que essas iniciativas sejam capazes de democratizar, verdadeiramente, o acesso a questões referentes à ciência e à tecnologia. Para tanto, devem ser empregados recursos, que podem ou não ser textuais, de forma a facilitar a compreensão de um público não-especializado. Segundo Bueno (2010), para que a o entendimento se estabeleça de maneira eficaz é necessário que o divulgador científico respeite o *background* sociocultural da audiência. Desse modo, a linguística, enquanto área que se ocupa em estudar as características da linguagem humana e suas manifestações, pode oferecer contribuições aos estudos da Ciência da Informação acerca da práxis da divulgação científica. Em especial, a partir das discussões sobre gênero, domínio discursivo e estudos sociolinguísticos da construção e produção textual.

Em janeiro de 2020, a Organização Mundial de Saúde declarou o surto de *coronavirus disease 19* (Covid-19) como uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) e como pandemia em 11 de março do mesmo ano. Nesse contexto, a produção científica se concentrou em questões relativas à doença nas mais diversas áreas do conhecimento. E, por ser uma questão com tantas implicações práticas de ordem

epidemiológica, social, econômica e política, a divulgação científica acerca da temática foi fundamental para orientar e esclarecer a população, bem como no combate à epidemia de desinformação, nomeada por Posetti e Bontcheva (2020) de *desinfodemia*.

No Brasil, universidades públicas protagonizaram essas ações, intermediadas 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. Enquanto maior instituição pública de ensino superior do estado, a Universidade Federal de Alagoas (Ufal) assumiu o protagonismo em diversas frentes de trabalho no enfrentamento à doença, sendo uma delas voltada às “Ações de Comunicação e Gestão da Tecnologia da Informação.” (MAIA; ROCHA, 2022, p. 167). Segundo Farias, Vavassori e Araújo (2021), a Assessoria de Comunicação (Ascom) utilizou canais como o portal ufal.br, a webrádio Ufal e os perfis institucionais nas mídias sociais para dar visibilidade às ações promovidas pela durante a pandemia, bem como para divulgar sua produção científica acerca da doença.

Este artigo objetiva analisar a divulgação científica sobre a *coronavirus disease 19* no Instagram da Universidade Federal de Alagoas em 2020, dentro de uma perspectiva sociolinguística. Trata-se de um estudo de natureza quali quantitativa, do tipo descritivo.

## **2 CONTRIBUIÇÕES TEÓRICAS À CONSTRUÇÃO DA PRÁTICA DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NO CONTEXTO DA PANDEMIA DE COVID-19**

Ao compreender o processo de produção da ciência como uma atividade cultural, é possível perceber que agentes e instituições científicas não atuam de forma apartada ou independente de contextos e pressões históricas, sociais e políticas (TARGINO, 2016). A produção do conhecimento científico se alinha às necessidades de uma determinada sociedade em uma determinada época e, para Mueller (2002), essa relação intrínseca entre ciência e sociedade exige práticas de divulgação científica que democratizem o acesso a temas de C&T e que sejam emancipatórias, promovendo o entendimento sobre conflitos de interesse e relações de poder que envolvem a sua produção.

A divulgação científica se constitui como um potente instrumento para a construção de uma ciência participativa, cidadã e envolvida no atendimento de demandas sociais, estabelecendo uma relação simbiótica entre sociedade e pesquisadores/instituições científicas. Para tanto, é necessário manter uma aproximação dialógica com a comunidade, a partir de práticas que viabilizem o entendimento da linguagem científica por um público não-especializado. Para Bueno (2010), a prática da divulgação científica se difere da comunicação científica em quatro pontos que estão interconectados. A base dessas distinções se encontra na intencionalidade. Enquanto a comunicação busca disseminar a informação especializada para registrar os avanços da ciência e contribuir com a elaboração ou aprimoramento da produção científica, a divulgação tem como principal função democratizar o acesso às questões de ciência e tecnologia, em especial, as que trazem impactos práticos no cotidiano.

O que contribui, diretamente, com a distinção entre os perfis de público. A audiência para quem as ações de divulgação científica são direcionadas é constituída de indivíduos sem formação técnica ou treinamento prévio. É necessário salientar que esses grupos não são coesos, uma vez que, devido à fragmentação do conhecimento e à superespecialização, é possível ser leigo acerca de determinado assunto ou área do conhecimento, independente do grau de formação ou escolaridade. Devido a essa heterogeneidade de entendimento do público, a divulgação científica também se diferencia da comunicação científica pelo nível de discurso adotado. Enquanto em comunicações voltadas aos pares é possível adotar uma linguagem técnica e específica, ao promover a difusão do conhecimento científico, é necessário adaptar a linguagem para que ela se torne acessível e inteligível. Para tanto, devem ser empregados recursos que facilitem a compreensão, respeitando o “[...] o *background* sociocultural ou linguístico da audiência.” (BUENO, 2010, p. 3).

Do mesmo modo, a natureza dos canais se adequa às necessidades do público: para capilarizar a informação científica, são utilizados veículos de grande alcance como televisão, rádio, revistas, jornais e, mais recentemente, sites ou mídias sociais. Nesse contexto, no qual a influência da variação dos níveis de linguagem se constitui como um dos principais obstáculos para o estabelecimento de uma comunicação efetiva, a linguística, enquanto ciência que se ocupa em estudar as características da linguagem humana e suas

manifestações, pode fornecer estratégias procedurais de construção textual relevantes para a promoção do entendimento funcional da ciência por audiências constituídas de públicos não-especializados.

Gêneros textuais são entidades que permeiam todas as atividades sociais relacionadas ao uso da língua, apresentando marcada heterogeneidade e indicando determinadas estruturas relativamente estáveis, embora não sejam estanques, (MARCUSCHI, 2008), construídas socialmente de modo a atender “[...] a necessidade temática, o conjunto dos participantes e a vontade enunciativa ou intenção do locutor” (KOCH, 2015, p. 64). Textos dessa natureza devem ser construídos a partir de estratégias que visam adequar tais sistemas de conhecimento às necessidades do interlocutor. As iniciativas de divulgação científica, enquanto prática social e discursiva, se materializam em gêneros que pertencem ao domínio discursivo instrucional, aquele que abrange atos comunicativos de caráter científico, acadêmico e educacional.

Para que se estabeleça a compreensão entre comunicantes (quem comunica e quem está sendo comunicado) é necessário que seus contextos sociocognitivos sejam semelhantes (KOCH, 2015). Esses contextos, envolvem aspectos como o entorno sociocultural, conhecimentos prévios e o próprio nível de domínio da linguagem, sendo compartilhados por comunidades epistêmicas. A compreensão de uma produção textual não figura como uma simplória apreensão cognitiva do processo comunicativo, sendo o texto parte de relações complexas que demandam a mobilização de saberes para a reconstrução de um evento comunicativo (KOCH, 2015).

No texto, concorrem três grandes sistemas do conhecimento: o linguístico (respeito às noções gramatical e lexical), o enciclopédico (se relaciona ao conhecimento de mundo dos indivíduos) e o sociointeracional (conhecimento sobre as ações verbais e reconhecimento das formas de interação por meio da linguagem). Este último se subdivide em ilocucional (reconhecimento dos objetivos do texto), o comunicacional (quantidade de informações necessárias para compreender esse objetivo), o metacomunicativo (ações realizadas para sanar lacunas de sentido) e superestrutural (reconhecimento de gênero) (KOCH, 2020). Nessa configuração, o leitor precisa acessar sistemas do conhecimento para entender o texto, Já ao produtor, compete o estabelecimento de uma relação dialógica por meio de



estratégias que visam adequar os sistemas de conhecimento às necessidades do interlocutor, durante a interação, sendo especialmente importante esse comprometimento em atividades de divulgação científica.

Marques et al. (2020) apontam sobre a importância de comunicar ciência ao grande público, dividindo a fundamentação em quatro eixos, sendo um deles as *razões de ordem prática*, que tratam da sensibilização das audiências menos especializadas sobre os resultados das investigações e suas aplicações no cotidiano. Em janeiro de 2020, a OMS declarou o surto de coronavirus disease 19 (Covid-19) como uma Emergência de Saúde Pública de Importância Internacional (ESPII) e elevou a contaminação pela doença ao *status* de pandemia em 11 de março do mesmo ano. Nesse contexto, a produção científica se concentrou em questões relativas à doença nas mais diversas áreas do conhecimento. E, por ser uma questão com tantas implicações práticas de ordem epidemiológica, social, econômica e política, a divulgação científica acerca da temática foi fundamental para orientar e esclarecer a população, bem como no combate à desinfodemia.

A Universidade Federal de Alagoas (Ufal) atuou em 14 frentes de trabalho no enfrentamento à Covid-19, concentrando sua produção científica na temática, promovendo ações de extensão que auxiliaram a sociedade alagoana no contexto pandêmico e atendendo a população por meio do Hospital Universitário Professor Alberto Antunes (HUPPA/Ufal). Duas frentes se concentraram especificamente na questão da divulgação científica: a 7ª Frente de Ações de Comunicação e Gestão da Tecnologia da Informação e a 14ª Frente de Ações de Publicação e Divulgação Científica (MAIA; ROCHA, 2022). Segundo Farias, Vavassori e Araújo (2021), a Assessoria de Comunicação (Ascom) utilizou todos os seus veículos de comunicação (portal ufal.br, a webrádio Ufal e os perfis institucionais nas mídias sociais) para promover ações de divulgação científica e dar visibilidade às atividades promovidas pela instituição durante a pandemia. A relação estabelecida entre a Assessoria de Comunicação com a mídia tradicional local permitiu que o conhecimento produzido na Universidade também circulasse em maior escala, atingindo indivíduos que não fazem parte da comunidade acadêmica.

### **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, que marca o início da pandemia. 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, superior a cinco minutos. 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**

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). É importante salientar, no entanto, que a primeira publicação sobre o assunto diz respeito a uma divulgação do aplicativo Coronavírus-SUS, realizada em 2 de março de 2020. Entretanto, a mesma não foi incluída devido aos critérios estabelecidos para seleção de amostra.

O universo da pesquisa foi composto por um total de 268 publicações que tratavam da pandemia de Covid-19 no período determinado pelo recorte. A amostra, selecionada a partir dos critérios de inclusão do estudo, foi constituída por 70 publicações. A partir dos achados obtidos por meio do levantamento documental da pesquisa e com base em contribuições da linguística sobre a produção textual, aplicadas à divulgação científica, foi verificado se as publicações incluídas no estudo atendiam às especificidades inerentes à adequação dos conteúdos para uma prática eficaz, como uso de uma linguagem acessível ao público-alvo sem que, no entanto, as informações perdessem a precisão ou fossem distorcidas em sentido e intencionalidade (BUENO, 2010).

No total, foram encontradas 31 inadequações de ordem linguística, distribuídas em 23 publicações das 70 analisadas. Ou seja, em 23 postagem houve desrespeito às noções gramáticas ou léxicas na construção do texto. A maior parte das inadequações estava ligada à concordância verbal e nominal, à pontuação inadequada ou a erros de grafia. Em apenas duas das publicações, os distúrbios de ordem linguística foram capazes de afetar o entendimento da mensagem, uma vez que foram responsáveis pelo desvio de coesão e coerência do texto.

Com relação à dimensão enciclopédica, entendida como a principal ao se estabelecer ações de divulgação científica, foram encontradas 18 inadequações, distribuídas em 14 publicações. Para Köche e Marinello (2015), textos de divulgação científica devem ser objetivos e empregar expressões de fácil compreensão, evitando um vocábulo excessivamente técnico. Sendo assim, é possível afirmar que essas técnicas de aproximação foram empregadas na maior parte das publicações realizadas pela Ufal no período, visto que apenas 14 postagens analisadas utilizam uma linguagem 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 multissemiose hipertextual).



Dentro da dimensão sociointeracional, as peças foram analisadas quanto aos aspectos ilocucional, comunicacional, metacomunicativo e superestrutural. Com relação ao aspecto ilocucional, apenas 2 das 70 postagens, apresentaram inadequações, visto que o objetivo da maior parte delas estava bem explicitado na construção dos textos, em especial, nos contidos na legenda. Quanto ao aspecto comunicacional, que diz respeito ao volume de informação presente no texto, 4 publicações apresentaram inadequações. Com relação ao aspecto metacomunicativo, que “[...] 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), foram encontradas 15 publicações com inadequações. 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.

Por fim, em 10 das 70 publicações foi possível perceber a inadequação quanto ao aspecto superestrutural. Ou seja, as publicações não apresentavam recursos adequados ao Instagram, como imagens de difícil compreensão, linguagem que não dispunha de recursos característicos como *emojis* ou *memes* e ainda peças de audiovisual de característica estática e pouco atrativa. 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.

## **5 CONCLUSÃO**

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 multissemiose.

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**, Brasília, v. 25, n. 3, 1996. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/639>. Acesso em: 29 jun. 2022.

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, Londrina, v. 15, edição especial, p. 1-12, 2010. Disponível em: <https://www.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/6585>. Acesso em: 29 jun. 2022.

FARIAS, J. N.; VAVASSORI, M. A; ARAÚJO, S. B. Os desafios da Assessoria de Comunicação da Ufal em tempos de pandemia: informação segura e engajamento da comunidade acadêmica. In: NASCIMENTO, E. M.; ABIO, G. E.; LIMA, R. M. F. S; SANTOS, V. L. P. (org.). **Ufal conectada: formação e transformação digital em tempos de Covid-19**. 1. ed. Maceió: Edufal, 2021. Cap. 6, p. 71-78.

KOCH, I. G. V. **Desvendando os segredos do texto**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2015.

KOCH, I. G. V. **O texto e a construção de sentidos**. 10. ed. São Paulo: Contexto, 2020.

MAIA, E. P.; ROCHA, H. A. **Ufal na luta pela vida**. 1 ed. Maceió: Edufal, 2022.

MARCUSCHI, L. A. **Gêneros textuais**: configuração, dinamicidade e circulação. In: KARWOSKI, A. M.; GAYDECZKA, B.; BRITO, K. S. (org). **Gêneros textuais: reflexões e ensino**. 4. ed. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.

MARQUES, R. R. *et al.* Using online tools in participatory research with adolescents to promote civic engagement and environmental mobilization: the WaterCircle (WC) project. **Environmental Education Research**, v. 6, n. 7, p. 143-159, 2020. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13504622.2020.1776845>. Acesso em: 04 set. 2022.

MUELLER, S. P. M. Popularização do Conhecimento Científico. **DataGramaZero: Revista de Ciência da Informação**, v.3 n.2, p. 29-40, 2002. Disponível em: <https://brapci.inf.br/index.php/res/v/5348>. Acesso em: 04 set. 2022.

POSETTI, J. BONTCHEVA, K. **Desinfodemia**: decifrar a desinformação sobre a Covid-19. 1 ed. Brasília: Unesco, 2020.

TARGINO, M. G. Produção e comunicação científica como estratégias da formação profissional do cientista da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 45, n. 1, p. 127-140, 2016. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/1890/3425>. Acesso em: 29 jun. 2022.