



O uso das redes sociais como ferramentas de divulgação científica no ensino de Geografia da População

Tiago Mendonça Esteves¹

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Nicole das Neves Vieira²

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

João Carlos Carvalhaes dos Santos Monteiro³

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

José Robaine Bezerra⁴

Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Resumo. A discussão sobre os desafios do ensino da Geografia destaca a dissonância entre as transformações teórico-conceituais da disciplina e as práticas pedagógicas ancoradas em abordagens tradicionais. Neste contexto, o presente trabalho analisa os resultados de uma iniciativa desenvolvida no âmbito do projeto de monitoria da disciplina de Geografia da População do curso de graduação em Geografia da UERJ (campus Maracanã), que utilizou o Instagram como plataforma de divulgação científica com o objetivo de articular os conteúdos da disciplina com discussões contemporâneas veiculadas na mídia no formato de postagens. A metodologia adotada consistiu na análise quantitativa de dados obtidos através da ferramenta analítica profissional Instagram Insights e pela aplicação de questionários estruturados aos seguidores do perfil com o objetivo de perceber o nível de satisfação com as postagens. Os resultados prévios demonstram aspectos positivos em relação ao alcance da página a variados públicos.

Palavras-chave: Ensino de Geografia; Divulgação Científica; Redes Sociais; Instagram; Geografia da População.

The use of social media as science communication tools in the teaching of

¹ Curso de Graduação em Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

E-mail: tiagomendoncae@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-8457-1665>

² Curso de Graduação em Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

E-mail: nicolevieira0903@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-9075-8139>

³ Programa de Pós-graduação em Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro.

E-mail: joaocarlosmonteiro.uerj@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9550-4302>

⁴ Curso de Graduação em Geografia, Universidade do Estado do Rio de Janeiro. E-mail: joserobaine@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-1350-7183>

Population Geography

Abstract. The discussion about the challenges of Geography teaching highlights the dissonance between the theoretical-conceptual transformations of the discipline and pedagogical practices anchored in traditional approaches. In this context, the present work analyzes the results of an initiative developed within the scope of the tutoring project for the Population Geography course in the Geography undergraduate program at UERJ (Maracanã campus), which used Instagram as a scientific outreach platform with the aim of articulating the course's content with contemporary discussions conveyed in the media in the format of posts. The adopted methodology consisted of the quantitative analysis of data obtained through the professional analytical tool Instagram Insights and by applying structured questionnaires to the profile's followers in order to gauge the level of satisfaction with the posts. The preliminary results demonstrate positive aspects concerning the page's reach to varied audiences.

Keywords: Geography Teaching; Science Communication; Social Media; Instagram; Population Geography.

El uso de las redes sociales como herramientas de divulgación científica en la enseñanza de Geografía de la Población

Resumen. La discusión sobre los desafíos de la enseñanza de la Geografía destaca la disonancia entre las transformaciones teórico-conceptuales de la disciplina y las prácticas pedagógicas ancladas en enfoques tradicionales. En este contexto, el presente trabajo analiza los resultados de una iniciativa desarrollada en el ámbito del proyecto de tutoría de la asignatura de Geografía de la Población del curso de grado en Geografía de la UERJ (campus Maracanã), que utilizó Instagram como plataforma de divulgación científica con el objetivo de articular los contenidos de la asignatura con discusiones contemporáneas vehiculadas en los medios en formato de publicaciones (posts). La metodología adoptada consistió en el análisis cuantitativo de datos obtenidos a través de la herramienta analítica profesional Instagram Insights y mediante la aplicación de cuestionarios estructurados a los seguidores del perfil con el objetivo de percibir el nivel de satisfacción con las publicaciones. Los resultados previos demuestran aspectos positivos en relación con el alcance de la página a públicos variados.

Palabras clave: Enseñanza de Geografía; Divulgación Científica; Redes Sociales; Instagram; Geografía de la Población.

Introdução: repensando a geografia na era digital

O ensino de Geografia, particularmente em subáreas como a Geografia da População, enfrenta um desafio persistente: a dissonância entre a evolução teórico-conceitual da disciplina e a inércia de práticas pedagógicas que, em muitos contextos, permanecem ancoradas em modelos tradicionais. Críticas consolidadas na literatura, como as articuladas por Rua (2016), apontam que o ensino dessa temática frequentemente se restringe a uma abordagem meramente quantitativa, focada na análise de crescimento e estrutura populacional, caracterizada como “fragmentadora e descontextualizada” (RUA, 2016, p. 1). Essa perspectiva falha em acompanhar as transformações epistemológicas da própria Geografia, que passou a adotar análises mais complexas e qualitativas das relações entre população e a produção do espaço. Como resultado, o ensino torna-se distanciado do contexto contemporâneo e da realidade dos estudantes.

Diante desse quadro, a ascensão das tecnologias digitais e das redes sociais apresenta-se como um novo desafio. A internet já se consolidou como um espaço central de comunicação e interação na vida dos estudantes do ensino superior, transcendendo o uso social e permeando as atividades acadêmicas (RODRIGUES, 2013, p. 13). A onipresença dessas plataformas torna urgente que os docentes se apropriem criticamente desses recursos, a fim de expandir as fronteiras da sala de aula e as possibilidades de formação discente (RODRIGUES, 2013, p. 13; SANTOS; SILVA, 2022). Como apontado por Pontes (2024, p. 15), quando os estudantes utilizam as redes sociais para reforçar os processos de aprendizagem tradicionais, e encontram materiais de estudo, fontes e conteúdos adequados, isso pode influenciar positivamente seu desempenho acadêmico. Ignorar essa realidade significa aprofundar o fosso entre o ambiente de aprendizagem formal e os ecossistemas comunicacionais nos quais os estudantes estão imersos.

Contudo, as redes sociais funcionam por meio de algoritmos que, na maioria das vezes, tendem a privilegiar a desinformação, devido ao seu caráter de apelo emocional e sensacionalista. Essa dinâmica corrobora o levantamento de Surjatmodjo et al. (2024), que apontam o avanço sistemático da desinformação nesses ambientes. O aumento desse fenômeno, intensificado pelas *fake news* –

muitas vezes utilizadas e cooptadas por grupos políticos –, causa danos profundos às estruturas sociais e à própria educação. Nas ciências biológicas, tais danos podem levar à morte – como visto na pandemia de covid-19 (SILVA, 2024, p. 46). Na Geografia da População, por exemplo, a desinformação resulta em discursos populistas de filiação malthusiana, agora travestida por outros aspectos ideológicos, como o do chamado “capitalismo verde”.

Como resposta a essa conjuntura – que inclui tanto a necessidade de utilizar as redes sociais como ferramenta pedagógica quanto a urgência de combater o avanço das *fake news* –, surge a iniciativa do perfil GeoPop, identificado na plataforma da rede social Instagram com o nome @geopop.uerj. Desenvolvida no âmbito da monitoria da disciplina de Geografia da População na Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), o projeto utiliza o Instagram para articular os conteúdos programáticos com debates contemporâneos veiculados na mídia.

Este artigo tem como objetivo analisar essa iniciativa como um estudo de caso da convergência entre ensino, divulgação científica e tecnologia digital. Os objetivos específicos são: (i) contextualizar o projeto GeoPop - @geopop.uerj nos referenciais teóricos da Pedagogia dos Multiletramentos e da Divulgação Científica; (ii) analisar as estratégias de comunicação e os resultados quantitativos de alcance e engajamento da iniciativa; e (iii) discutir criticamente as potencialidades, as tensões e os desafios estruturais de tais práticas no contexto educacional brasileiro. A análise busca demonstrar que o projeto não representa um mero uso instrumental da tecnologia, mas uma intervenção pedagógica direcionada, que responde a uma falha diagnosticada no ensino da disciplina e aponta caminhos para uma prática geográfica mais engajada e relevante. Por fim, é apresentado o resultado da aplicação de um questionário (Google Forms) destinado aos seguidores do perfil, com o objetivo de identificar a opinião dos usuários sobre o conteúdo publicado.

Fundamentos teóricos da prática pedagógica digital

Segundo Corrêa e Dias (2016, p. 242), há atualmente uma grande demanda pela incorporação das tecnologias digitais da informação e comunicação (TDIC) nas práticas educacionais. No entanto, embora essas

tecnologias já estejam presentes, ainda não se encontram plenamente integradas ao cotidiano da educação.

Esse tema começa a ganhar forma no debate público educacional, como ilustra o Decreto nº 53.918/2024 do município do Rio de Janeiro, que “proíbe a utilização de celulares e outros dispositivos eletrônicos por alunos nas unidades escolares da rede pública municipal de ensino” (RIO DE JANEIRO, 2024). Diante de medidas como essa, apresenta-se a necessidade de que professores, alunos e instituições se insiram nesse “mundo multimodal”, marcado por uma multiplicidade de linguagens, em vez de ignorar a existência dessas ferramentas ou simplesmente bloquear seu acesso (CORRÊA; DIAS, 2016, p. 243).

Nesse contexto, destaca-se a pedagogia dos multiletramentos, proposta em 1996 pelo The New London Group, que coloca em evidência a influência das tecnologias sobre a linguagem. Para essa abordagem, o significado constrói-se de maneira variada, por meio de escrita verbal, imagem, áudio, entre outros recursos (CORRÊA; DIAS, 2016, p. 248).

Desse modo, conforme argumenta Ribeiro (2008, 2010, 2014, 2020), é premente alfabetizar os alunos do século XXI também para os meios digitais, considerando todas as suas formas — escrita, imagem, áudio, vídeo — e seus significados e relevâncias.

Todavia, a integração das tecnologias digitais como instrumentos pedagógicos representa um grande desafio para os professores no processo de ensino-aprendizagem (LIMA et al., 2025, p. 199). Torna-se necessária, portanto, uma pedagogia crítica, que possibilite contextualizar de forma reflexiva o conhecimento produzido e eduque os estudantes para atuarem no campo de disputa das redes sociais, onde a desinformação é frequentemente utilizada como arma político-ideológica.

É nessa perspectiva que ganha relevância a divulgação científica e o caráter extensionista da universidade. A divulgação científica é compreendida como uma práxis da cultura científica, situada entre diferentes esferas de produção ideológica (LIMA; GIORDAN, 2021, p. 380). Trata-se, assim, não apenas de uma linguagem ou de uma simples tradução da produção acadêmica,

mas de uma prática no sentido marxiano, voltada a compreender e a auxiliar na compreensão das relações ideológicas da sociedade.

Nesse sentido, surge o projeto GeoPop - @geopop.uerj, que compreende a importância de os próprios alunos produzirem conteúdos de divulgação científica para o campo das redes sociais. A iniciativa visa à expansão e à flexibilização do conhecimento acadêmico, articulando as temáticas formativas do campo da Geografia da População com a perspectiva dos multiletramentos e da extensão universitária, com o objetivo de divulgar, de forma orgânica, conteúdo cientificamente acurado nas redes sociais.

A divulgação científica no Instagram

Segundo Piva (2025) o Brasil tem 146,1 milhões de usuários no Instagram, o que revela a relevância dessa rede social para a população brasileira. Freitas e Rocha (2022, p. 21) definem:

O Instagram é uma plataforma de mídia social que tem como foco a postagem de fotos e vídeos, aceitando também imagens (artes gráficas) produzidas em softwares de edição de imagens, tais como Adobe Photoshop, Adobe Illustrator e Canva. Além de seu uso pessoal, é muito utilizado comercialmente para fortalecimento da identidade, estratégias de comunicação e reforço da imagem de uma marca, podendo ser usado também com finalidades educativas e para se falar de ciência.

Entre as suas particularidades, destaca-se o fato de ser uma rede de fácil utilização e com alta taxa de engajamento por parte da população em comparação com outras mídias, o que confere grande potencial para fins acadêmicos, científicos e educacionais (FREITAS; ROCHA, 2022).

Santos (2025, p. 6) aponta alguns fatores que garantem a eficácia da comunicação digital com propósitos educativos. Dois deles merecem destaque: o entendimento de como funcionam as plataformas – em especial, seus algoritmos – e a adaptação do conteúdo a cada uma delas, além da integração entre educação e entretenimento – o *edutainment* –, estratégia essencial para capturar e reter a atenção do público.

No que se refere aos recursos disponíveis no Instagram para produção de conteúdo, Freitas e Rocha (2022, p. 25) citam os diferentes tipos de publicações:

(i) *Feed*: funciona como um portfólio do projeto, sendo ideal para compartilhar conteúdo mais elaborado e duradouro, como gráficos e fotografias; as legendas permitem aprofundar o contexto, citar fontes, marcar colaboradores e empregar *hashtags* de forma estratégica;

(ii) *Stories*: conteúdo efêmero, que desaparece após 24 horas; são utilizados para criar vínculo com a comunidade, mostrando o dia a dia e compartilhando atualizações, além de permitir interações por meio de caixas de perguntas e enquetes;

(iii) *Reels*: vídeos curtos e verticais, que representam o principal formato de conteúdo da plataforma; têm grande potencial para simplificar conceitos e viralizar; e

(iv) *Live*: transmissões ao vivo, que permitem abordar conteúdos mais extensos e aprofundados, além de aproximar o público pelo caráter espontâneo e em tempo real.

Desse modo, o Instagram tem sido utilizado com sucesso em inúmeros trabalhos acadêmicos como ferramenta de divulgação e expansão do conhecimento, tanto para auxiliar a aprendizagem coletiva quanto para facilitar a compreensão de conteúdos acadêmicos. Um exemplo dessa aplicação ocorreu na divulgação do evento “Semana Quitassato”, um projeto de extensão universitária do curso de licenciatura em Química do IFPB Campus Sousa. Conforme observado por Romão e Silva Júnior (2022, p. 10680), “a rede social Instagram foi importante para atrair o interesse do público em participar do evento e na divulgação científica”.

No caso do perfil GeoPop - @geopop.uerj, foram utilizadas postagens no *Feed* com o objetivo de criar um acervo duradouro de conteúdos da disciplina e reverberar notícias relacionadas a debates atuais – as chamadas “pautas quentes” e “pautas frias” –, voltadas tanto para os alunos da disciplina quanto para o público em geral. Já os *Stories* tiveram uma função informacional, notificando os seguidores sobre novas publicações e atividades do perfil.

Tabela 1

Formatos e estratégias de aplicação em comunicação científica

Formato	Características principais	Aplicação estratégica em divulgação científica	Métricas-chave
Publicação no Feed	Perene, visualmente curado, alcance moderado (focado em seguidores).	Apresentar resultados finais, dados visuais (gráficos, mapas), infográficos, marcos de pesquisa (publicações).	Curtidas, comentários, salvamentos, compartilhamentos.
Story	Efêmero, interativo, informal, alcance focado em seguidores mais engajados.	Mostrar bastidores da pesquisa, atualizações rápidas, promover eventos, enquetes, sessões de Q&A.	Respostas, cliques em links/stickers, votos em enquetes.
Reel	Vídeo curto (3–90s), dinâmico, alto potencial de viralização, principal fonte de alcance para não-seguidores.	Simplificar conceitos complexos, demonstrar métodos, criar conteúdo de edutainment, resumir achados.	Visualizações, compartilhamentos, curtidas, comentários.
Live	Síncrono ou assíncrono, aprofundado, focado em engajamento de nicho.	Realizar entrevistas, debates, aulas, tutoriais detalhados, sessões de Q&A aprofundadas.	Pico de espectadores simultâneos, tempo médio de retenção, comentários.

Fonte: Elaborado pelos autores com base em Freitas e Rocha (2022), Santos (2025) e Duarte (2022).

O engajamento do perfil

A elaboração do perfil Geopop - @geopop.uerj na plataforma Instagram, que teve início em 2023, se consolidou como a materialização de um projeto de extensão pensado no âmbito da monitoria da disciplina Geografia da População, a qual é ministrada no primeiro período da graduação em Geografia na UERJ (campus Maracanã). O principal objetivo desse projeto é, tendo em vista o crescimento das *fake news* nas redes digitais, desmistificar assuntos recorrentes da disciplina a partir de uma divulgação rigorosa e fiel à veracidade dos fatos.

Dessa forma, o perfil se coloca como uma ferramenta auxiliadora dos discentes ingressantes na graduação ao transmitir, de forma sintetizada e facilitada, notícias e conteúdos voltados aos estudos populacionais, contribuindo com o avanço ao combate das informações falsas.

Até o presente momento, a página se encontra com 72 postagens no *Feed*, sendo elas publicadas de forma semanal pelos integrantes do projeto. O perfil se destaca na variabilidade de assuntos e notícias selecionados para serem compartilhados aos seguidores, cumprindo o compromisso com a veracidade das fontes utilizadas para compor o escopo referencial de cada publicação.

Assim, pode-se citar diferentes fontes utilizadas para selecionar os conteúdos postados, sendo elas: (i) notícias jornalísticas atuais e antigas que carregam uma relevância na área da Geografia da População, (ii) termos e conceitos recorrentes que são abordados nos estudos populacionais, (iii) datas comemorativas relevantes para assuntos relacionados à disciplina, além da (iv) participação dos alunos inscritos na disciplina, cujas apresentações dos seminários estão sujeitas a serem transformadas em postagens no perfil, permitindo uma maior participação e dedicação dos discentes ao elaborarem os trabalhos.

Figura 1

Exemplos de publicações no *Feed* do perfil @geopop.uerj



Fonte: Elaborado pelos autores.

O engajamento do perfil nos meses de agosto, setembro e outubro de 2025, segundo os dados adquiridos através da ferramenta analítica profissional Instagram Insights, disponibilizado pela própria plataforma, mostraram um expressivo alcance da iniciativa: 8.304 visualizações de conteúdo, 795 contas alcançadas, 279 interações (curtidas, comentários, salvamentos, compartilhamentos e *reposts*) e um incremento de 22 seguidores no período. O perfil conta hoje com 398 seguidores.

Tabela 2

Métricas do Instagram Insights entre agosto e outubro de 2025

Insights	Valor absoluto	Valor percentual	Observações
Visualizações	8.304	69,3% - Seguidores 30,7% - Não seguidores	93,9% foram nas postagens no Feed
Contas alcançadas	795	- 79,2%	-
Interações	279	92,2% - Seguidores 7,8% - Não seguidores	234 curtidas, 06 comentários, 09 salvamentos, 14 compartilhamentos e 02 reposts
Seguidores	398	+ 5,6%	-

Fonte: Elaborado pelos autores.

Mostra-se relevante os valores obtidos na métrica pois eles indicam a capacidade da iniciativa em ampliar o debate para além do público diretamente vinculado à disciplina (os alunos inscritos). Dessa forma, esses resultados sugerem que o uso pedagógico de redes sociais, quando adequadamente planejado, pode se configurar como uma ferramenta eficaz e positiva para superar as limitações do ensino tradicional de Geografia da População, ao mesmo

tempo em que potencializa a divulgação científica e o engajamento discente/docente.

Tendo esse panorama em vista, foi disponibilizado um questionário aos seguidores da página com o intuito de compreender as opiniões e percepções do público em relação aos dois anos de existência do perfil @geopop.uerj. O formulário, elaborado pelo Google Forms, incluía as seguintes perguntas: (i) Em uma escala de 1 a 5 (onde 1 é muito insatisfeito e 5 é muito satisfeito), qual o seu nível de satisfação geral com o conteúdo publicado na página?; (ii) Você considera que as notícias abordadas dialogam com os conteúdos da disciplina Geografia da População?; (iii) As notícias abordadas são relevantes para você?; (iv) O quanto as notícias divulgadas ajudaram você academicamente?; (v) A frequência de posts da página é adequada para você? (Uma vez por semana); (vi) O design dos posts (cores, fontes, organização) facilita a leitura e a compreensão do conteúdo?; (vii) Caso tenha respondido “Não” na pergunta anterior, use esse espaço para nos dizer em que podemos melhorar; (viii) Qual é o seu nível de escolaridade?; (ix) Qual a sua principal relação com o tema Geografia da População?; e (x) Espaço para demais comentários, críticas e sugestões para a página.

Os resultados do formulário, até o presente momento, contam com 23 respostas dos seguidores da página. A princípio, 73,9% das pessoas se mostraram muito satisfeitas com os conteúdos postados na página, 87% consideram que as notícias apresentadas dialogam com os conteúdos da disciplina Geografia da População, 69,6% afirmaram que essas notícias são relevantes e 52,2% indicaram que as publicações são muito relevantes do ponto de vista acadêmico. Tal cenário demonstra que, por mais que nem todos estejam na graduação (8,7% no ensino médio e 8,7% no mestrado) ou sejam estudantes de Geografia (cerca de 26,1% são apenas interessados no geral), a maioria do público que acompanha o perfil se mostra engajada nos assuntos compartilhados e apoiam o projeto. Ademais, de críticas positivas, a página foi elogiada pela relevância das informações abordadas e pelo caráter educativo que as postagens carregam. Contudo, sobre as críticas negativas, foi apontado que teriam informações em excesso nas imagens das publicações, o que dificultaria a leitura íntegra.

Conclusão

Décadas atrás, quando Rua (2016) criticou as abordagens tradicionais de ensino de Geografia da População e apontou para a necessidade de desenvolver práticas pedagógicas alinhadas ao contexto contemporâneo e à realidade dos estudantes, as redes sociais ainda não haviam alcançado a magnitude de sua projeção no cotidiano, em especial na vida dos jovens. Em 2024, segundo o IBGE, 88,9% dos brasileiros com 10 anos ou mais possuíam um telefone celular (BELLO, 2025) e o Brasil era o terceiro país com mais consumo de redes sociais no mundo (PACETE, 2023). Esta nova realidade não deve ser ignorada por docentes em qualquer que seja o nível de ensino. O projeto de monitoria da disciplina Geografia da População, ao desenvolver a iniciativa do perfil @geopop.uerj, corrobora com a premissa das tecnologias digitais ao serem utilizadas para fins educativos. O Instagram, dessa forma, se apresenta como uma rede social versátil, a qual pode ser utilizada de forma pedagógica, combatendo a disseminação de *fake news* e garantindo o acesso à informações de forma plena. O *feedback* dos seguidores do perfil demonstra que, por mais que inicialmente o público alvo do projeto eram alunos da graduação em Geografia, a expansão do projeto atingiu e auxiliou pessoas de fora desse nicho. Assim, compreende-se a eficácia da iniciativa e observa-se que, a partir das críticas elaboradas e das respostas dos questionários, os monitores responsáveis pela elaboração do conteúdo se propõem a aperfeiçoar as postagens conforme as necessidades indicadas pelos seguidores do perfil. Por fim, regista-se no futuro a necessidade de promover estudos comparativos com disciplinas de outras áreas que igualmente mobilizaram a rede social Instagram como instrumento pedagógico.

Referências

BELLO, Luiz. **No Brasil, 88,9% da população de 10 anos ou mais tinha celular em 2024**. Agência IBGE Notícias, 24 jul. 2025. Disponível em: <https://l1nk.dev/ltKqJ>. Acesso em: 01 nov. 2025.

CORRÊA, Hércules Tolêdo; DIAS, Daniela Rodrigues. Multiletramentos e usos das tecnologias digitais da informação e comunicação com alunos de cursos técnicos. **Trabalhos em Linguística Aplicada**, v. 55, n. 2, p. 241-261, maio/ago. 2016.

DUARTE, Gerusa de Freitas Sousa. **Gostou desse post? A divulgação científica no Instagram: um estudo de caso do perfil @labplancton_ufc.** 2022. 44 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Biológicas) – Centro de Ciências, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2022.

FREITAS, Thatyana.; ROCHA, Marcelo. **Manual de Divulgação Científica nas Mídias Sociais.** Rio de Janeiro: UFRJ, 2022.

LIMA, Francisca Juberlândia de; RODRIGUES, Laila Araújo; GOMES JÚNIOR, Valdenir Bandeira; SILVA, Wanessa Rezende; SILVA, Andreia Matos da; SOUTO, Wanderley Rodrigues; RODRIGUES, Ítalo Souza; AMARAL, Lucas da Silva Chaves. Letramento digital e multiletramento. **Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação**, v. 11, n. 7, jul. 2025.

LIMA, Guilherme da Silva; GIORDAN, Marcelo. Da reformulação discursiva a uma práxis da cultura científica: reflexões sobre a divulgação científica. **História, Ciências, Saúde – Manguinhos**, v. 28, n. 2, abr.-jun. 2021, p.375-392.

PACETE, Luiz Gustavo. **Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo.** Forbes, 09 mar. 2023. Disponível em: <https://sl1nk.com/qjjWE>. Acesso em: 01 nov. 2025.

PIVA, Gabriela. **Brasil é termômetro para avaliar futuro do Instagram, diz VP da rede social.** CNN Brasil, 06 out. 2025. Disponível em: <https://encurtador.com.br/iZdU>. Acesso em: 20 out. 2025.

PONTES, Luan Filipe Moreira de. **Redes sociais e desempenho acadêmico de estudantes universitários.** 2024. 36 f. Monografia (Graduação em Administração) - Faculdade de Economia, Administração, Atuária e Contabilidade, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, 2024.

RIBEIRO, Ana Elisa. **Navegar lendo, ler navegando: Aspectos do Letramento Digital e da Leitura de Jornais.** 2008. 243f. Tese (Doutorado em Linguística) - Universidade Federal de Minas Gerais, Programa de Pós-Graduação em Estudos Linguísticos, Faculdade de Letras, Belo Horizonte.

RIBEIRO, Ana Elisa. Tecnologias na educação: questões e desafios para a produção de sentidos. **Revista Práticas de Linguagem**, v. 4, n. 2, p. 152-158, jul./dez. 2014.

RIBEIRO, Ana Elisa et al. (Orgs.). **Linguagem, tecnologia e educação.** São Paulo: Editora Peirópolis. 2010.

RIBEIRO, Ana Elisa. Que futuros redesenhamos? Uma releitura do manifesto da Pedagogia dos Multiletramentos e seus ecos no Brasil para o século XXI. **Diálogo das Letras**, v. 9, p. e02011, 2020.

RIO DE JANEIRO (Município). Decreto Rio nº 53.918, de 1º de fevereiro de 2024: Regulamenta o uso de celulares e outros dispositivos eletrônicos pelos alunos nas unidades escolares da rede pública municipal de ensino, e dá outras providências. **Diário Oficial do Município do Rio de Janeiro**, Rio de Janeiro, 2 fev. 2024.

RODRIGUES, Alessandra. As redes sociais e o desempenho acadêmico. In: **Anais do Encontro de Pesquisadores em Educação: Currículo da PUC-SP**, São Paulo: PUC-SP, 2013. p. 1-14.

ROMÃO, Kaio Hemersson Oliveira; SILVA JÚNIOR, Carlos Alberto da. Instagram como ferramenta na divulgação científica e extensão universitária. **Brazilian Journal of Health Review**, v. 5, n. 3, p. 10679–10691, maio/jun. 2022.

RUA, João. Repensando a geografia da população. **GeoUERJ**, n. 1, p. 57-72, 2016.

SANTOS, Ana Cláudia dos; SILVA, Ana Cristina Ribeiro da. Uso de redes sociais para a disseminação do conhecimento educacional no ensino superior: uma pesquisa qualitativa. **RENOTE**, v. 20, n. 2, p. 1-11, 2022.

SANTOS, Nicolas Batalha. **Estratégias de divulgação científica em plataformas digitais: análise de conteúdo no Youtube e Tiktok**. 2025. Monografia (Graduação em Licenciatura em Física) – Centro de Ciências, Universidade Federal do Ceará, Fortaleza.

SILVA, Camila Pinto dos Santos. **Desinformação científica nas redes sociais: uma análise da circulação de fake news no TikTok e do papel da divulgação científica no combate da desinformação**. 2024. 56 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Jornalismo) - Departamento de Comunicação Social, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2024.

SURJATMODJO, Dwi; UNDE, Andi Alimuddin; CANGARA, Hafied; SONNI, Alem Febri. Information Pandemic: A Critical Review of Disinformation Spread on Social Media and Its Implications for State Resilience. **Social Sciences**, v. 13, n. 8, p. 418, 9 ago. 2024.
