



MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES  
**INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISAS ESPACIAIS**

## **A UTILIZAÇÃO DO INSTAGRAM PARA AUMENTAR A DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES METEOROLÓGICAS RELEVANTES**

**Luísa Silva Baraldo Paiva**

Relatório de iniciação científica do programa PIBITI, orientada pelo Dr. José Roberto Rozante e coorientado pela B.Sc. Rosemary Aparecida Odorizi Lima.

INPE  
São José dos Campos  
2021





MINISTÉRIO DA CIÊNCIA, TECNOLOGIA, INOVAÇÕES E COMUNICAÇÕES  
**INSTITUTO NACIONAL DE PESQUISAS ESPACIAIS**

## **A UTILIZAÇÃO DO INSTAGRAM PARA AUMENTAR A DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES METEOROLÓGICAS RELEVANTES**

**Luísa Silva Baraldo Paiva**

Relatório de iniciação científica do programa PIBITI, orientada pelo Dr. José Roberto Rozante e coorientado pela B.Sc. Rosemary Aparecida Odorizi Lima.

INPE  
São José dos Campos  
2021





## RESUMO

Esse trabalho tem como direção principal a utilização da rede social Instagram, mais precisamente o perfil @cptecinpe como veículo de divulgação de informações meteorológicas e pesquisas desenvolvidas pela instituição CPTEC/INPE (Centro de Previsão de Tempo e Estudos Climáticos/ Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais), sendo abordado principalmente curiosidades e pesquisas meteorológicas, seguidas também de informativos do instituto. Como objetivo do trabalho há a formulação de um plano semanal de postagens, para que houvesse uma expansão de postagens no feed postadas de forma mais regular. Conjunto a isso, há uma busca por atingir novos públicos e seguidores. Para atingir esses objetivos houve a formulação de uma identidade visual, deixando o perfil mais atraente, a padronização de fontes e adequação de conteúdos textuais para os de cunho mais visual, típicos das redes sociais. O resultado poderá ser observado por meio dos gráficos que contemplam o crescimento do número de seguidores mensalmente, o número de postagens por mês e número de curtidas por cada post, o que auxilia na observação de quais conteúdos elaborados agradam mais o público, informação essencial para o planejamento de futuras postagens.

Palavras-chave: Instagram. Meteorológicos. Postagens.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Logotipo do CPTEC, usado para a formação da paleta .....	5
Figura 2: Paleta de cores usada para a formulação das postagens e os respectivos códigos das cores.....	6
Figura 3: Exemplo de postagem feita com base nas cores definidas.....	6
Figura 4: Fontes usadas nas postagens, separadas pelo uso em títulos e subtítulos.....	7
Figura 5: Postagem referente ao assunto de Vórtice Ciclônico de Altos Níveis, elaborada em 12/03/2020.....	8
Figura 6: Postagem referente ao mesmo assunto, Vórtice Ciclônico de Altos Níveis (VCAN), postado em 08/04/2021.....	8
Figura 7: Segunda imagem do carrossel, referente a uma imagem do VCAN;.....	9
Figura 8: Terceira imagem do carrossel, referente às informações em tópicos do VCAN. ....	9
Figura 9: Número de seguidores do instagram do CPTEC nos últimos 4 meses. ....	10
Figura 10: Número de postagens efetuadas nesses últimos 4 meses.....	11
Figura 11: Número de curtidas de cada postagem;.....	12





## SUMÁRIO

	<u>Pág.</u>
<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>2 OBJETIVOS .....</b>	<b>2</b>
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>3</b>
3.1 Planejamento Semanal.....	3
3.2 Criação de uma Identidade Visual.....	5
3.3 Adaptação do conteúdo textual para o visual.....	7
<b>4 RESULTADOS .....</b>	<b>10</b>
4.1 Número de seguidores .....	10
4.2 Número de postagens por mês.....	10
4.3 Número de curtidas.....	11
<b>5 CONCLUSÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>14</b>



## 1 INTRODUÇÃO

A rede social Instagram acaba surgindo em um contexto de pós-criação do Orkut, Facebook e Twitter, redes sociais muito focadas no compartilhamento de conteúdos de caráter mais textual. Com isso, o Instagram que antes veio com o objetivo de possibilitar que os usuários compartilhassem *check-ins*, acaba naturalmente, por escolha dos utilizadores, sendo muito mais empregado para o compartilhamento de fotos, o que acaba gerando a futura transição para uma rede social própria para o compartilhamento de imagens (TECMUNDO, 2019).

Com isso, acaba-se ocorrendo uma fortificação de uma realidade de caráter dualizado, em que a diferenciação entre o que é real (vivido) e o que é virtual (compartilhado) acaba sendo separado por uma linha tênue, quase indiferenciável. As mídias sociais, o compartilhamento e o consumo de conteúdos digitais acabam fazendo parte do cotidiano social, e muitas vezes sendo responsáveis pelas próprias formas de socialização decorrentes dessa organização (KAPLAN; HAENLEI, 2010).

Devido a esse contexto, há o uso das redes sociais não apenas para o uso pessoal ou de lazer, mas também para trocas de informações e divulgações de caráter público que não necessariamente visam o lucro, mas sim uma maior fermentação das relações públicas, as quais são feitas muitas vezes de maneira inconsciente (KOTLER, 2008). Exemplo disso é a criação das identidades de marcas, para o reconhecimento visual de quem se fala e do que aquele emissor pode abordar, criando com essa padronização uma ideia de profissionalismo e integridade do que se é publicado nos veículos de informação dessas instituições. (KIETZMANN et al, 2011)

Concluindo, uma das funções das mídias sociais pode ser a divulgação de informações meteorológicas, para que assim, pessoas de fora da comunidade científica possam entender a importância da ciência no cotidiano delas. Um exemplo disso, seria o Instagram @nasaclimatechange, em que o órgão governamental americano NASA (National Aeronautics and Space Administration) utiliza-se da ferramenta de rede social para a divulgação de dados que conscientizaram a população sobre os danos ao meio ambiente ligados a mudança climática (VAN DEN DOOL, 2017).

## **2 OBJETIVOS**

Segundo Manuel Castells (1999), nós existimos em uma Sociedade de Redes, a qual constrói uma ideia de informação mais conectada e imediata, esse fluxo informacional de “redes sociais” no sentido mais literal do termo, é algo natural na convivência em sociedade. Com isso, pode-se pensar que a necessidade de se comunicar de maneira conectada é acompanhada pela evolução dos meios de comunicação, a qual delimita a necessidade da atualização na maneira de informar e de divulgar informações (TRAQUINA, 2005).

Portanto, os objetivos do nosso trabalho formam-se diante da necessidade de atualização da maneira de divulgação de informações meteorológicas, mais estritamente se utilizando do Instagram e suas ferramentas, para garantir a capacidade de informar públicos mais amplos sobre pesquisas referentes ao CPTEC/INPE. Alguns dos objetivos específicos do projeto são listados abaixo:

- 1) Aumentar a quantidade de publicações semanais;
- 2) Criação de uma identidade visual;
- 3) Trazer mais engajamento e alcance no perfil @cptecinpe no Instagram;
- 4) Trazer mais seguidores para o perfil @cptecinpe no Instagram.

### 3 METODOLOGIA

#### 3.1 Planejamento Semanal

Devido ao fato do trabalho ter como objetivo o aumento da quantidade de publicações no instagram do CPTEC/INPE, foi elaborado um planejamento semanal de postagens, para uma maior organização e antecedência dos conteúdos publicados, os quais eram atualizados conforme a disponibilidade de conteúdo da semana e notícias que iam surgindo. Sendo ele explicitado na tabela 1:

**TABELA 1: PLANEJAMENTO SEMANAL**

N° DA POSTAGEM	DATA	POSTAGEM	CURTIDAS
1	08/04/2021	Vórtice Ciclônico de Altos Níveis	240
2	13/04/2021	Conhecendo Algumas Pesquisas	139
3	15/04/2021	Frente Fria e Frente Estacionária	178
4	20/04/2021	Oscilação Madden Julian	190
5	22/04/2021	Centro de Baixa e Alta Pressão	185
6	23/04/2021	Conhecendo Algumas Pesquisas	76
7	27/04/2021	Modo Anular Sul	38
8	29/04/2021	Cavado	177
9	30/04/2021	Conhecendo Algumas Pesquisas	105
10	04/05/2021	INPE na Mídia	95
11	06/05/2021	Frente Quente e Frente Oclusa	112
12	07/05/2021	Conhecendo Algumas Pesquisas	67
13	11/05/2021	Zona de Convergência Atlântico Sul	180
14	13/05/2021	Corrente de Jato	159

15	14/05/2021	Conhecendo Algumas Pesquisas	68
16	18/05/2021	Complexos Convectivos de Mesoescala	72
17	20/05/2021	Linhas de Instabilidade	96
18	21/05/2021	Conhecendo Algumas Pesquisas	44
19	25/05/2021	Efeito Fujiwara	94
20	27/05/2021	Cavado Invertido	118
21	31/05/2021	Nota sobre Previsões Numéricas	134
22	08/06/2021	Dia do Oceanógrafo	42
23	15/06/2021	Dúvidas Respondidas	96
24	15/06/2021	Nota do Diretor do INPE	60
25	18/06/2021	Notícia sobre Programa Artemis	27
26	21/06/2021	Solstício de Inverno	316
27	22/06/2021	Mulheres na Ciência	154
28	25/06/2021	Caminhos para Pós-Graduação no INPE	213
29	29/06/2021	Dúvidas Respondidas	70
30	02/07/2021	Dicas de Sustentabilidade	61
31	08/07/2021	Dia da Ciência	67
32	14/07/2021	Divulgação de Palestra sobre Clima Espacial	28
33	15/07/2021	O que é Clima Espacial?	30

34	16/07/2021	Mulheres na Ciência	79
35	27/07/2021	Alerta de Baixas de Temperatura	99

\*Dados coletados até o dia 03/08/2021

### 3.2 Criação de uma Identidade Visual

A identidade visual de um instagram é essencial para o reconhecimento de um produto e informação. Segundo Vásquez:

*“Pela identidade visual, o invisível torna-se visível. Com a criação de um nome e a incorporação de um design se materializa a identidade conceitual. Por meio dos elementos visuais outorga-se uma personalidade à marca, fazendo com que ela se diferencie das outras. Deste modo, a identidade visual é um sistema que proporciona unidade e identidade a uma empresa, a um grupo ou uma instituição, bem como a seus produtos ou serviços.” (VASQUEZ, 2007. p. 9)*

Dessa forma, foi criada uma identidade visual para que as postagens do instagram fossem reconhecidas, padronizadas e organizadas. As ações responsáveis pela formação da uniformidade visual foram:

- Criação de uma paleta de cores

Foram escolhidas cores específicas (Figura 2) para serem usadas nos elementos e postagens do feed, as quais foram baseadas no logotipo do CPTEC/INPE (Figura 1), para fins de remeter as postagens ao instituto, criando uma fácil identificação para o usuário. A figura 3 exemplifica bem a estratégia abordada

Figura 1: Logotipo do CPTEC, usado para a formação da paleta.



Fonte: CPTEC/INPE



Figura 2: Paleta de cores usada para a formulação das postagens e os respectivos códigos das cores.



Fonte: Produção da autora

Figura 3: Exemplo de postagem feita com base nas cores definidas



Fonte: Produção da autora no instagram @cptecinpe

- Padronização de fontes

Com o intuito de obter uma harmonização do feed maior, buscou-se padronizar as fontes usadas, consistindo em três para o títulos, das quais a “Lovelo” e a “Eczar Semibold” foram usadas para assuntos mais sérios e técnicos, como anúncios e informativos e a “Lazydog” foi usada para séries de assuntos mais leves e que buscavam um público que não era, necessariamente especialista. Para o subtítulos e pequenos textos, foram usadas a Abhaya Libre Regular, já que eram dotadas de um design mais simples, que assim deixava os posts mais minimalistas. Tal padronização levou em conta o aplicativo Canva, utilizado para fazer todas as postagens do feed referentes a

este trabalho. A estética das fontes, explicitada anteriormente, pode ser conferida na imagem seguinte (Figura 4):

Figura 4: Fontes usadas nas postagens, separadas pelo uso em títulos e subtítulos.

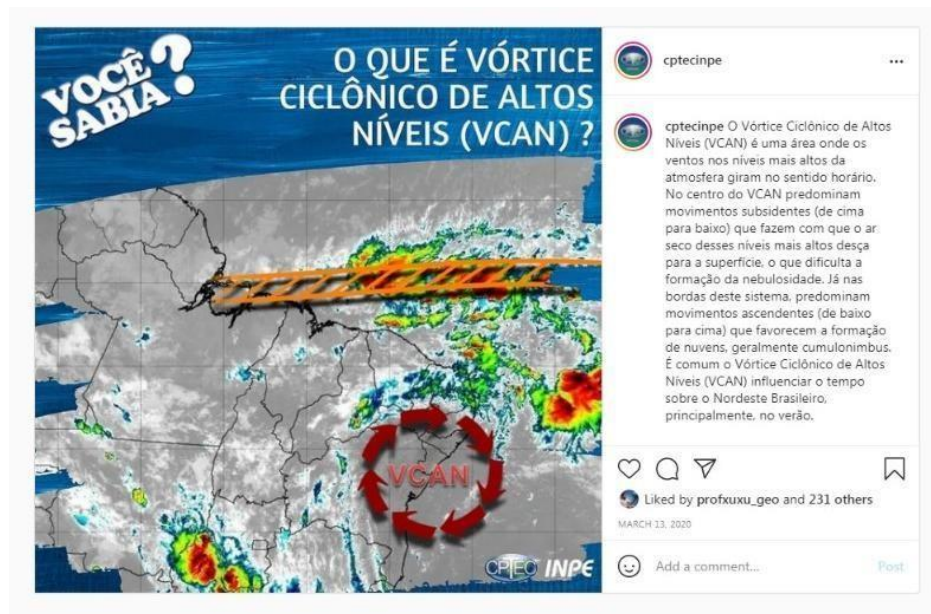


Fonte: Produção da autora

### 3.3 Adaptação do conteúdo textual para o visual

Para Bauman (2001) nossa sociedade é marcada pela fluidez e rapidez das relações e do consumo de informações, tal reflexão muito pode se assemelhar ao contexto das redes sociais, onde o universo icônico (JOLY, 2015) confunde, representa e deve-se buscar meios de se adequar para transmitir mensagens rapidamente. Devido a isso, é pensado na abordagem textual, sendo transferida por mensagens imagéticas mais fáceis de serem consumidas, chamativas e menores, já que contam com a limitação de terem que se adequar ao espaço da imagem postada. O modelo anterior (Figura 5) traz o texto informativo da postagem, distribuído principalmente no mecanismo de legenda, o qual é extenso e muitas vezes prolixo.

Figura 5: Postagem referente ao assunto de Vórtice Ciclônico de Altos Níveis, elaborada em 12/03/2020



Fonte: @cptecinpe

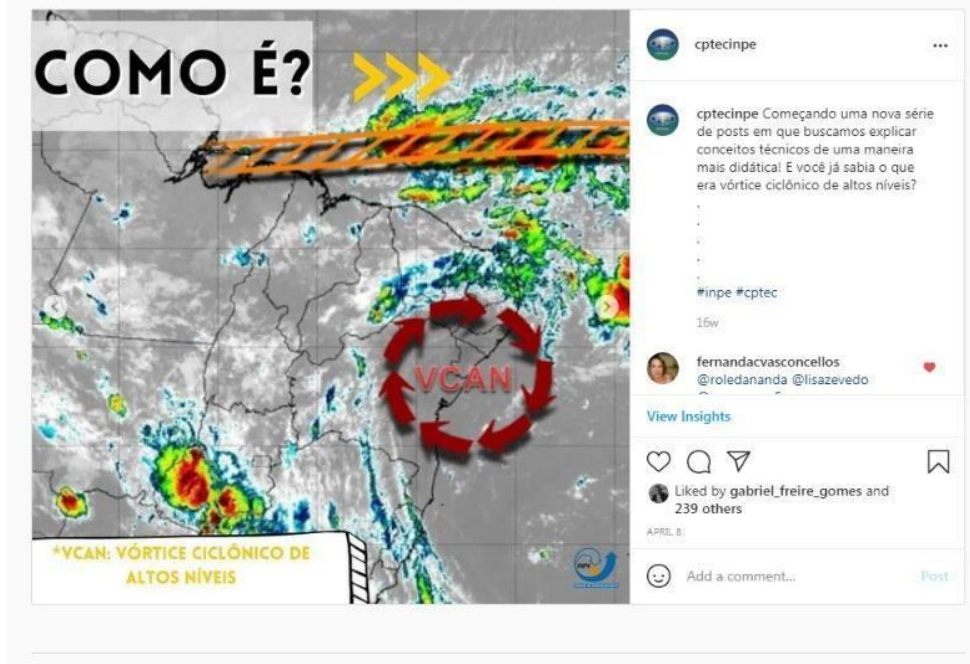
Já o modelo posterior (Figura 6/7/8), traz o texto dividido nas imagens, se utilizando do mecanismo de carrossel, o qual disponibiliza a inserção de mais de uma figura ao mesmo tempo em uma postagem, e assim, possibilita a inserção de textos menores e de fotos referentes ao assunto retratado e limitando as legendas a textos que possibilitaram um contato maior com o usuário, aumentando o engajamento.

Figura 6: Postagem referente ao mesmo assunto, Vórtice Ciclônico de Altos Níveis (VCAN), postado em 08/04/2021.



Fonte: Produção da autora em @cptecinpe

Figura 7: Segunda imagem do carrossel, referente a uma imagem do VCAN;



Fonte: Produção da autora em @cptecinpe

Figura 8: Terceira imagem do carrossel, referente às informações em tópicos do VCAN.



Fonte: Produção da autora em @cptecinpe

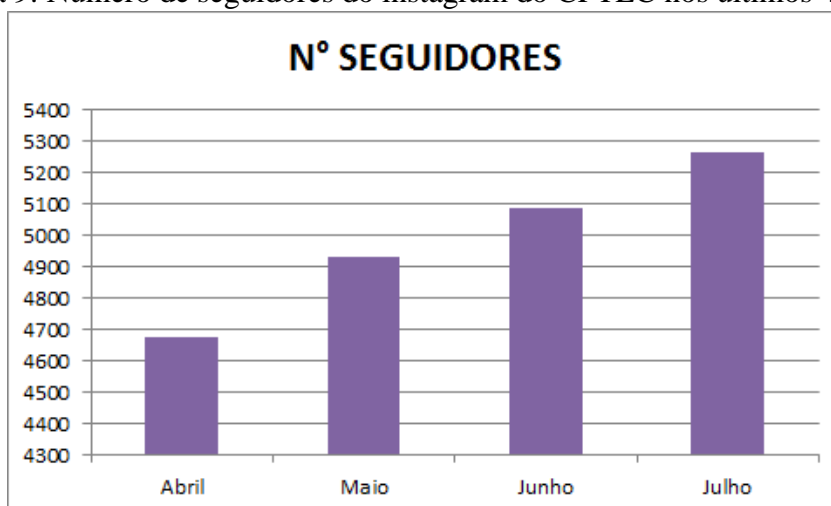
## 4 RESULTADOS

### 4.1 NÚMERO DE SEGUIDORES

Um dos intuitos mais levados em consideração para o projeto foi o aumento do número de seguidores, com finalidade de que se pudesse se atingir públicos mais abrangentes e plurais, principalmente no âmbito de divulgações de pesquisas do CPTEC/INPE e se obtivesse uma maior difusão de informações educacionais sobre fenômenos meteorológicos.

Devido a isso, buscamos avaliar o crescimento mensal dos seguidores no instagram (Figura 9), o qual foi percebido aumentar com uma taxa média de 150 seguidores por mês. Futuramente, acredita-se que o crescimento irá continuar a aumentar de forma orgânica, ou seja, um acréscimo mais regular e constante.

Figura 9: Número de seguidores do instagram do CPTEC nos últimos 4 meses.

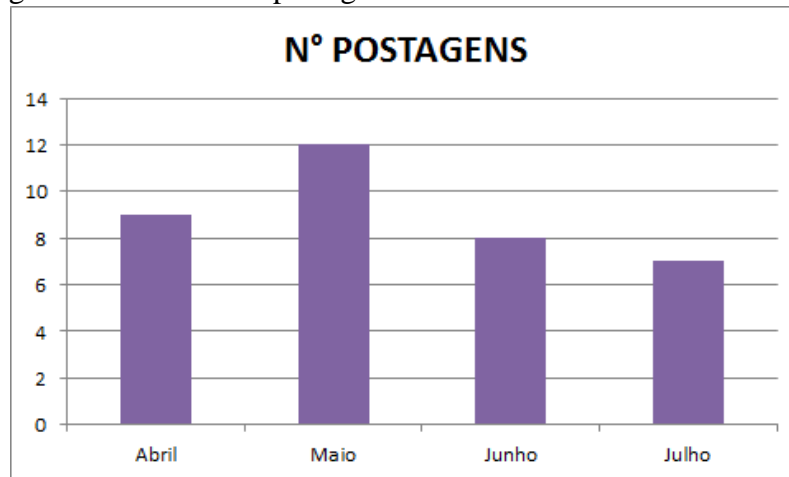


Fonte: Produção da autora

### 4.2 NÚMERO DE POSTAGENS POR MÊS

O número de postagens aumentou nos dois primeiros meses (Figura 10), porém nos últimos caiu sutilmente devido ao envolvimento da aluna em outras atividades e tendo como base a diminuição da disponibilidade de conteúdos. No entanto, pretende ser retomado de forma mais efetiva, após a elaboração de um novo planejamento mensal e em uma maior disponibilidade de tempo para se dedicar às postagens.

Figura 10: Número de postagens efetuadas nesses últimos 4 meses

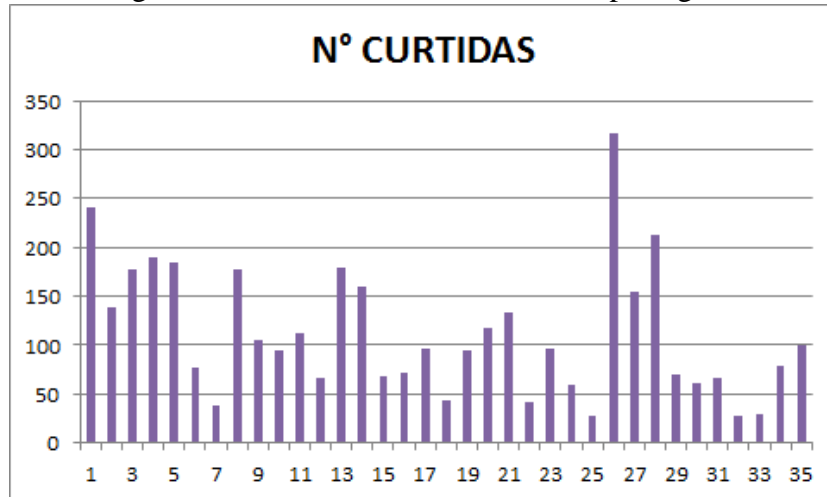


Fonte: Produção da autora

### 4.3 NÚMERO DE CURTIDAS

O número de curtidas depende de uma série de fatores relacionados ao algoritmo no instagram, porém pode-se notar uma maior atenção dos usuários a posts de assuntos tomando como referencial o número de curtidas (Figura 11), em que os que aparecem em maior quantidade acabam por consistir em assuntos como os de termos técnicos que são explicitados de forma mais didática e acessível, como é o exemplo de posts referentes ao tema do VCAN (1) e no do Cavado (8) e também aos assuntos mais atuais que impactam a vida e o cotidiano dos “destinatários”: Solstício de inverno (26) e Caminhos para a Pós-Graduação (29). Pensando sobre as postagens que obtiveram um número de curtidas abaixo de 50, pode-se associar que tal quantidade foi baixa devido aos conteúdos serem menos elaborados, ou seja, feitas para uma explicação mais generalizada sobre algum tema não tão aprofundado.

Figura 11: Número de curtidas de cada postagem;



Fonte: Produção da autora

\*Numerações referentes às definidas na tabela 1 apresentada acima;

## 5 CONCLUSÕES

Por meio de 35 postagens entre os dias 08/04/2021 e 27/07/2021, foi analisado o crescimento do perfil no instagram @cptecinpe no âmbito de divulgações científicas referentes a meteorologia, as quais chegaram a resultar, em sua totalidade, um número de 3.879 curtidas para um público de até 5.241 seguidores.

Para chegar a esses resultados, desenvolveram-se artifícios que tornaram o perfil mais atraente e notório, como é o exemplo da criação da identidade visual e também da adaptação à novas convenções das redes sociais, demonstrada pela evolução de conteúdos textuais para os mais visuais e rápidos. Também foi notada a importância da divulgação científica nas redes sociais, as quais participam de grande parte do cotidiano dos brasileiros e possibilitam o alcance a públicos mais abrangentes e reforça a importância do desenvolvimento científico, cujo aumento foi um dos principais objetivos do trabalho.

Diante disso, analisou-se um aumento orgânico no número de seguidores, o que significa dizer que houve um crescimento condizente com algo sutil, porém regular, trazendo novos alcances e usuários mais “leais” ao consumo do conteúdo. Como resultado disso, também foi possibilitada a análise de quais conteúdos agradam mais, diante da observação do número de curtidas de cada publicação, observação essencial para a formulação de um futuro plano de postagens semanais.



## REFERÊNCIAS

TECMUNDO, A **História do Instagram**. 21/05/2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=X02csKPPfbA> (Acesso 28/07/2021)

KAPLAN, A. M.; HAENLEIN, M.. **Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media**. Business horizons, Indiana, 2010.

KOTLER, Philip; LEE, Nancy. **Marketing do setor público**. Porto Alegre: Ed. Bookman, 2008.

KIETZMANN, J. H. et al. **Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media**. Business horizons, Indiana. 2011.

VAN DEN DOOL, Anne. **CREATING AWARENESS THROUGH A BIRD VIEW PERSPECTIVE: THE REPRESENTATION OF CLIMATE CHANGE IN NASA'S INSTAGRAM**. p.1-22. *26 June 2016–7 July 2017*.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Insular, 2005 (capítulo 2).

VÁSQUEZ, Ruth Peralta. **Identidade de marca, gestão e comunicação. v. 4 n. 7 (2007): Identidade, marca e gestão da reputação corporativa**. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/organicom/article/view/138952> (Acesso: 03/08/2021)

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Lisboa: Editora 70, 1994. Disponível em <https://www.unijales.edu.br/library/downebook/id:63>