



Análise de dados do Instagram Mundaréu

Mundaréu's Instagram page data analysis

Vanessa Lourenço de Souza

Bacharela e Licenciada em Ciências Biológicas

Laboratório de Estudos Avançados de Jornalismo - *Labjor/UNICAMP*

Fernanda MAriath

Bacharel em Farmácia

Laboratório de Estudos Avançados de Jornalismo - *Labjor/UNICAMP*

Daniela Tonelli Manica

Doutora em Antropologia Social.

Laboratório de Estudos Avançados de Jornalismo - Labjor/UNICAMP

Resumo: O Mundaréu é um *podcast* de divulgação científica sobre antropologia e possui uma conta no *Instagram* (@mundareupodcast) para divulgar os episódios produzidos e as atividades realizadas com o público. Neste trabalho foram analisadas as métricas de crescimento da conta do Mundaréu disponibilizadas pelo *Instagram* do período de 31 de maio de 2023 a 25 de maio de 2024. Verificou-se um aumento de seguidores do gênero feminino entre 25 e 34 anos. O alcance na plataforma neste mesmo período também aumentou, porém o engajamento diminuiu.

Palavras-chave: Divulgação científica. *Instagram*. Mundaréu.

Abstract. *Mundaréu is a scientific dissemination podcast whose main theme is anthropology, and it has an Instagram account (@mundareupodcast) for disseminating with the general public its produced episodes and activities. For this work, the growth metrics of the account that were provided by Instagram were analyzed between May 31st 2023 and May 25th 2024. During this period, it was verified that there was a growth in the number of female followers with*

ages between 25 and 34 years old. There was also a growth in the account's reach in the platform during the same time period, although the engagement saw a decrease.

Keywords: Scientific dissemination. Instagram. Mundaréu.

1. Introdução

O Mundaréu (<https://mundareu.labjor.unicamp.br/>) é um *podcast* de divulgação científica sobre antropologia, lançado em novembro de 2019 e produzido em parceria com o Laboratório de Estudos Avançados de Jornalismo (Labjor) da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp) e o Departamento de Antropologia (Dan) na Universidade de Brasília (UnB). O *podcast* conta atualmente com quatro temporadas regulares, seis séries temáticas além da gravação de duas conferências da Associação Brasileira de Antropologia.

Concomitantemente à criação do *podcast*, foi aberta uma conta no *Instagram* (@mundareupodcast) a fim de divulgar os episódios produzidos e as atividades realizadas com o público. Todos os conteúdos postados nesta conta são pensados e produzidos pelos estudantes que participam do projeto. Foi só em março de 2023, porém, que iniciou-se uma produção de conteúdo mais regular e estratégica, analisando as métricas da plataforma para melhor atender o público e dar mais visibilidade para o projeto. As métricas utilizadas pela plataforma são: seguidores (número de contas que começaram ou deixaram de seguir), alcance (números de contas que viram o conteúdo) e engajamento (número de contas que interagiram com o conteúdo). A plataforma entende conteúdo como sendo: publicações, stories, reels, vídeos e vídeos ao vivo, enquanto que as interações são definidas por: curtidas, salvamento, comentários, compartilhamentos ou respostas.

Fazer uma análise crítica das métricas fornecidas pela plataforma, assim como melhorar a produção de conteúdo no *Instagram* é de extrema importância para os projetos de divulgação científica, uma vez que as redes sociais vêm se tornando a principal fonte de informação para a população brasileira. De acordo com o relatório de percepção pública de ciência e tecnologia disponibilizado pelo Centro de Gestão e Estudos Estratégicos (2024), a busca por informações sobre ciência e tecnologia mudou drasticamente nos últimos 10 anos. Até 2015 a televisão era o principal veículo utilizado pelos brasileiros para a busca dessas informações, porém o relatório supracitado demonstrou que a partir de 2019 as redes sociais passaram a ser o principal meio para buscar essas informações. Hoje 73% da população brasileira utiliza as plataformas digitais como fonte de informação sobre ciência e tecnologia, sendo o *Instagram* a rede mais acessada para este fim, seguida pelo *Facebook*, *Youtube* e *WhatsApp*.

Por este motivo, o presente trabalho tem como objetivo relatar e analisar os dados e as estratégias adotadas pela equipe que administra o *Instagram* do Mundaréu entre maio de 2023 e maio de 2024, avaliando o seu crescimento para a divulgação científica em antropologia.

2. Metodologia

Para a confecção deste trabalho, determinou-se que o período de análise das métricas da conta do Mundaréu no *Instagram* (@mundareupodcast) vai de 31 de maio de 2023 a 25 de maio de 2024. Esta análise foi dividida entre as coletas de dados e as análises das métricas.

2.1. Coleta dos dados

A coleta dos dados foi realizada em três períodos diferentes, sendo a primeira coleta feita em 29 de agosto de 2023, a segunda coleta em 16 de novembro de 2023 enquanto que a terceira coleta aconteceu em 26 de maio de 2024. Importante ressaltar que os dados pertencentes às duas primeiras coletas foram transformados no “relatório de redes do Mundaréu” e disponibilizado apenas para a equipe do projeto. Os dados referentes ao período de 31 de maio a 15 de novembro de 2023 foram, portanto, coletados a partir deste relatório. Os dados referentes ao período de 25 de fevereiro a 25 de maio de 2024 foram coletados diretamente do *Instagram*. Nota-se que os dados disponibilizadas pelo *Instagram* tem um período máximo de 90 dias, por esse motivo os períodos analisados foram divididos em quatro trimestres: 1º Trimestre: 31 de maio a 28 de agosto de 2023; 2º Trimestre: 16 de agosto 13 de novembro de 2023; 3º Trimestre: 14 de novembro de 2023 a 25 de fevereiro de 2024; 4º Trimestre: 26 de fevereiro a 25 de maio de 2024. Importante ressaltar que os dados referentes ao 3º trimestre não foram coletados pois são dados gerados após o primeiro relatório de redes e não estavam mais disponíveis na plataforma na época das novas coletas.

2.2. Análise das métricas

Para a análise dos dados, foram comparadas as informações referentes aos seguidores, alcance e engajamento nos três períodos. Importante ressaltar que algumas métricas referente ao 1º e 2º semestre não estavam disponíveis no “relatório de redes”, porém a falta destes dados não prejudicou o entendimento geral deste trabalho.

Dentre os conteúdos produzidos pelo Mundaréu e que fazem parte dessas análises, estão: publicações, stories e reels. Os vídeos e vídeos ao vivo não aparecerão nas análises pois não fazem parte dos nossos conteúdos produzidos.

3. Resultados e Discussão

Para melhor entendimento deste trabalho, iremos separar as análises em três sessões: seguidores, alcance e engajamento.

3.1. Seguidores

No primeiro trimestre o Mundaréu contava com 1808 seguidores a uma taxa de crescimento de 7,3%, no segundo trimestre essa taxa aumentou para 8% enquanto que ao final do quarto trimestre finalizamos com 2059 seguidores com uma taxa de crescimento de 6,2%. Podemos observar que a taxa de crescimento da conta aumentou nos dois primeiros trimestres, porém teve uma leve queda no quarto trimestre. Apesar dessa queda, a taxa de crescimento é considerada ótima, segundo a própria plataforma, que entende como uma taxa boa de crescimento entre 1% a 5%.

Ao observarmos os seguidores por gênero, pudemos perceber a predominância de mulheres. No primeiro trimestre, por exemplo, tínhamos 68,2% de seguidoras mulheres, no segundo trimestre essa proporção aumentou para 69% enquanto que no último trimestre contamos com 69,4% de seguidoras.

Essa já era uma tendência observada pelas administradoras da conta, porém esse aumento do público feminino ficou evidente após o lançamento da quarta temporada do *podcast*, que ocorreu no dia 1 de agosto de 2023 (final do primeiro trimestre), com o tema “Antropologia, Ciência e Feminismo”. Com o encerramento da quarta temporada, o *podcast* seguiu focando neste tema e por isso tivemos a série temática do “Mundaréu na Argentina” lançada no dia 10 de abril de 2024 (meio do quarto trimestre), falando sobre antropologia e feminismo na América Latina, aumentando ainda mais nosso público feminino.

Quanto à faixa etária dos nossos seguidores, pudemos observar que a partir do segundo trimestre tivemos uma predominância de seguidores na faixa dos 25 a 34 anos representando cerca de 39% dos seguidores, seguido da faixa dos 35 a 44 anos (28% dos seguidores) e em terceiro lugar temos o público dos 18 a 24 anos (14% do seguidores).

3.2. Alcance

Ao analisarmos o alcance do Mundaréu no *Instagram*, observamos que o total de contas alcançadas no 2º semestre foi de 5164 enquanto que no 4º semestre foi de 6018, evidenciando o crescimento da conta.

A forma, porém, como a plataforma entrega cada tipo de conteúdo para seus usuários é diferente. No caso dos *reels*, a entrega para não seguidores é maior, demonstrando que estes vídeos são interessantes para chamar a atenção de novas pessoas para a conta.

As publicações, por sua vez, apresentavam no primeiro trimestre, uma entrega igual entre seguidores e não seguidores, porém ao longo do último ano essa entrega aumentou para seguidores, ou seja, cerca de 75% do conteúdo postado na forma de publicações são entregues apenas para as contas que seguem o Mundaréu. Essa diferença nas publicações mostra uma tendência

de filiação do público com o Mundaréu, uma vez que os *posts* contendo fotos e informações mais específicas do *podcasts*, como convidadas, anúncio de episódios e bastidores, tem provocado o interesse das pessoas para seguir e acompanhar a página.

Os *stories* desde o início foram vistos majoritariamente por seguidores, demonstrando a própria função desse meio de comunicação dentro da plataforma, que é interagir mais diretamente com o público mostrando o dia-a-dia da criação de conteúdos, fazendo perguntas ou promovendo *posts*.

3.3. Engajamento

No primeiro trimestre um total de 506 contas interagiram com nossos conteúdos, sendo que 64% destas contas eram de seguidores. No quarto trimestre, porém, o número total de interações foi de 490, representando uma queda de engajamento com 16 contas.

Apesar de não parecer um número tão expressivo quando comparado ao total de seguidores, entender o motivo da queda do engajamento é de extrema importância para o crescimento na plataforma, pois o *Instagram* aumenta o alcance das publicações de uma conta com base no engajamento com essas publicações, ou seja, quanto maior engajamento mais a plataforma entrega o conteúdo para novo usuários.

Ao compararmos, porém, os números de seguidores, com o alcance e o engajamento, podemos perceber que enquanto os dois primeiros apresentam um crescimento constante, o terceiro evidencia uma queda preocupante, isso porque, apesar dos conteúdos do Mundaréu estarem alcançando mais pessoas que se interessam pelo conteúdo e seguem o perfil, esse público não interage com as publicações.

4. Considerações finais

Pudemos observar que o *instagram* do Mundaréu, neste último ano, cresceu de forma orgânica a uma taxa de 6% a 8%, tendo, em sua maioria, seguidoras mulheres entre 25 a 34 anos. Fato este que responde ao próprio conteúdo do *podcast* que vem se inserindo no debate feminista.

Ao longo dos quatro trimestres analisados pudemos observar que o alcance da conta aumentou e que cada tipo de conteúdo publicado foca em um público diferente, sendo: o *reels* importante para não seguidores, os *posts* utilizados para filiar o público a página enquanto que os *stories* são voltados quase que 100% para o público que segue a página.

O engajamento da conta vem diminuindo ao longo do último ano, motivo de preocupação para as administradoras da conta Mundaréu, uma vez que a plataforma *Instagram* se baseia no engajamento das publicações para aumentar o alcance da conta.

Por este motivo, precisamos agora pensar em como produzir conteúdos que dialoguem melhor com nosso público a fim de aumentarmos nosso engajamento para o próximo trimestre.

Agradecimentos

O *podcast* Mundaréu tem financiamento, processo nº 2022/05943-0 Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

Referências

CENTRO DE GESTÃO E ESTUDOS ESTRATÉGICOS - CGEE. Percepção pública da C&T no Brasil - 2023. Resumo Executivo. Brasília, DF: CGEE, 2024. 30 p.