

Divulgação Científica para Mulheres: Um olhar voltado às redes sociais

Giovanna Cabral de Souza
Guedes
giouvannacabralcontato@outlook.com
Universidade do Estado de Santa
Catarina (UDESC)
Joinville, Santa Catarina, Brasil

Ana Beatriz Eckert
anaeckertcontato@gmail.com
Universidade do Estado de Santa
Catarina (UDESC)
Joinville, Santa Catarina, Brasil

Ana Elisa Ghanem Zanon
anaelisazonon@gmail.com
Universidade do Estado de Santa
Catarina (UDESC)
Joinville, Santa Catarina, Brasil

Gabriela Pauli de Oliveira
gabrielapaulideoliveira@gmail.com
Universidade do Estado de Santa
Catarina (UDESC)
Joinville, Santa Catarina, Brasil

Joice Luiz Jeronimo
joice.jeronimo@ifsc.edu.br
Instituto Federal de Santa Catarina
(IFSC) e Universidade do Estado de
Santa Catarina (UDESC)
Joinville, Santa Catarina, Brasil

Laís Pissetta Van Vossen
lais.vossen@edu.udesc.br
Universidade do Estado de Santa
Catarina (UDESC)
Joinville, Santa Catarina, Brasil

Isabela Gasparini
isabela.gasparini@udesc.br
Universidade do Estado de Santa
Catarina (UDESC)
Joinville, Santa Catarina, Brasil

Abstract

The Matilda Effect is the social and historical movement against women that involves minimizing their works and contributions, often attributing their efforts to male colleagues, especially in science and technology. This article shows an experience of mitigating that phenomenon by sharing in social media women who contributed to science through history, besides bringing STEM knowledge to girls and women who are interested in this kind of content. To improve engagement from the followers, a study in 5W2H framework and color perception was carried out, and the results presented more views, likes, shares, and new followers in the project profile after a three-month analysis period, examining all kinds of content, like posts and short videos.

Keywords

Matilda Effect, Metrics, Women, Social, Media, Instagram, Cientists, Scientific Divulgation

1 Introdução

A falta de visibilidade de mulheres na ciência é um tópico sensível e negligenciado socialmente. Essa invisibilidade tem grandes impactos na escolha acadêmica de meninas e jovens do ensino básico, dado que a falta de representatividade e referência no meio STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) contribui diretamente para o distanciamento dessa área [7, 14]. Nesse contexto, a Organização das Nações Unidas (ONU) promoveu, na Agenda 2030, a meta 5.b, que aborda o empoderamento das mulheres por meio da difusão de informação através de tecnologias [11]. No Brasil, há um desdobramento dessa meta, originando a submeta 5.b.2br, voltada à igualdade de gênero na produção do conhecimento científico [6].

Ambas as metas têm como principal propósito o enfrentamento da desigualdade de gênero.

Um meio existente hoje de apoio a essa causa é a divulgação científica do trabalho de grandes mulheres da ciência. A principal ferramenta para isso na atualidade é a rede social, porque proporciona uma conexão maior com o público [13]. Além disso, estar presente no meio digital é um poderoso mecanismo de influência quando o material apresentado ao público é de qualidade [12] e as mídias sociais são hoje uma forte ferramenta para juntar apoiadores de uma causa e trazer visibilidade feminina [13].

Frente a esses fatores, o Projeto STEAMulando Futuros, que tem por objetivo integrar meninas do ensino básico e graduação nas carreiras de STEM (Ciência, Tecnologia, Engenharia e Matemática), busca amenizar a desigualdade de gênero ao disseminar a ciência ao público feminino. O presente trabalho, aliado a esse propósito, visa verificar o impacto que a divulgação científica no Instagram voltada para o gênero feminino apresenta. Através de estudos para melhorar o engajamento do perfil e entregar mais conteúdos ao público interessado - meninas e mulheres da área de exatas, a visibilidade para avanços científicos, especialmente abordados e estudados por mulheres, ganha notoriedade em um público antes negligenciado.

2 O Efeito Matilda e o Apagamento Histórico de Mulheres na Ciência

A análise de dados estatísticos sobre a participação feminina em carreiras científicas revela uma persistente disparidade de gênero, especialmente nas áreas STEM. O estudo de Abreu [1] mostra que, no Brasil, apenas 21% das bolsas de produtividade em pesquisa foram concedidas a mulheres nas ciências exatas e da terra em 2023, mesmo elas representando 54% dos estudantes de mestrado e doutorado no país. Essa sub-representação evidencia barreiras

estruturais que ainda limitam a permanência e a progressão de mulheres na pesquisa científica.

Este cenário é, em parte, reflexo de um fenômeno histórico e contínuo de apagamento, conhecido como Efeito Matilda. O termo foi criado pela historiadora Margaret Rossiter em homenagem a Matilda Joslyn Gage, ativista dos direitos das mulheres, e descreve a tendência de negar, diminuir ou omitir a contribuição de mulheres cientistas, frequentemente invisibilizando seu trabalho em comparação ao de colegas homens [17]. Esse fenômeno está diretamente ligado a fatores socioculturais que, ao longo do tempo, construíram estereótipos de gênero associados ao “talento científico” e à ideia de que áreas tecnológicas deveriam ser essencialmente masculinas [5]. Portanto, é preciso compreender a persistência desse cenário, sendo este o primeiro passo para identificar estratégias que promovam maior visibilidade e equidade.

A divulgação científica pode ser utilizada como uma ferramenta de combate ao fenômeno do apagamento histórico discutido anteriormente, podendo inclusive auxiliar no enfrentamento das desigualdades de gênero na ciência. Estudos indicam que a baixa representatividade feminina e a persistência de estereótipos afetam negativamente o interesse de meninas e mulheres por áreas STEM, reforçando barreiras estruturais ao longo da trajetória acadêmica [5, 17]. Assim, Projetos como o STEAMulando Futuros buscam justamente ampliar a visibilidade de mulheres cientistas, especialmente daquelas historicamente invisibilizadas, e, para isso, adotam plataformas digitais como o Instagram, que têm se mostrado eficazes na aproximação de públicos jovens e na circulação de conteúdo científico [13, 15].

3 Desenvolvimento

O objetivo do presente artigo é apresentar o que tem sido construído nas redes sociais pelo Projeto STEAMulando Futuros e quais estratégias foram usadas na produção do conteúdo, desde o público alvo, passando pela motivação, pelo objetivo, pela forma e os resultados obtidos na tentativa de minimizar a problemática em questão, a saber: a discrepância de gênero em STEM e o apagamento de mulheres na ciência.

A base que apoia o desenvolvimento do material de divulgação científica é o Framework 5w2h[8] o qual, a princípio foi desenvolvido para gamificação, mas devido à sua flexibilidade, pode ser aplicado em outras áreas. Ele abrange, ao todo, 7 dimensões que são: “Quem?”, “O que?”, “Por quê?”, “Quando?”, “Como?”, “Onde?” e “Quanto?”, traduzidas do inglês (who, what, why, when, how, where e how much, respectivamente). Cada uma delas descreve uma área específica, as quais, juntas, mostram o panorama que indica o caminho a ser seguido aqui. Elas serão apresentadas a seguir, abrangendo, além do seu conceito, a aplicação no contexto deste artigo.

3.1 Dimensão “Quem?”

Essa dimensão identifica o público-alvo considerando as características que influenciam diretamente na receptividade do conteúdo produzido no processo de divulgação científica, tais como: idade, gênero e cultura.

No tocante a este artigo, o Projeto STEAMulando Futuros estabeleceu duas personas, as quais são um modelo de um grupo de usuários reais, segundo Cooper *et al.* (2007)

Os dois perfis definidos são voltados especialmente para mulheres de dois públicos: Ana, uma jovem com idade entre 14–18 anos, do ensino básico, em processo de definição de carreira, e Maria, uma jovem com interesse na área de STEM, com idade acima de 18 anos, que busca referência em grandes mulheres da ciência.

3.2 Dimensão “Por quê?”

Essa dimensão visa identificar o que motiva o interesse pela divulgação científica para as personas definidas.

Dados da UNESCO, em conjunto com a British Council [3], de 2021, revelam que, globalmente, apenas 29% das pesquisadoras universitárias são mulheres. Além disso, conforme enunciado na Seção 2, o Efeito Matilda também provocou apagamento de inúmeras mulheres ao longo da história. Essa invisibilização feminina é o principal motivador para o desenvolvimento de material de divulgação científica pelo Projeto STEAMulando Futuros.

3.3 Dimensão “O que?”

Essa dimensão identifica o objetivo que se deseja atingir por meio da interação do público-alvo com o material desenvolvido. Uma vez que foram estabelecidas as personas [4], também foram estabelecidos 3 tipos de objetivos de usuários, sendo eles: objetivos de experiência, objetivos finais e objetivos de vida.

No contexto deste artigo, o objetivo que realmente influenciou a tomada de decisão foi o “objetivo de vida” que é aquele que dita quem o usuário deseja ser. Tendo em mente a persona Ana, o intuito da divulgação científica ao expor a contribuição de grandes mulheres da ciência é influenciar na escolha de carreira na área de STEM, incitando a busca por conhecimento na área por meio de grandes referências femininas. Já em se tratando da persona Maria, intenta-se trazer visibilidade para o gênero feminino, o qual, mesmo tendo passado por inúmeros processos de apagamento, segue se mostrando firme e resistente.

3.4 Dimensão “Quando?”

Essa dimensão identifica o momento mais adequado de aplicar o que foi planejado para influenciar o público-alvo a interagir com o conteúdo.

Nesse âmbito, foram medidos horários de interação por cerca de três meses até se determinar qual seria o momento ideal. Inicialmente, em agosto, o conteúdo foi direcionado para o horário de 12h00 durante a semana. Após um mês de monitoramento da plataforma, foi observado que o período de pico de acesso dos seguidores estava se concentrando predominantemente às 18h00 e nas sextas-feiras.

Após essa observação, definiu-se, em setembro, o período noturno (18h00), mantendo-se uma frequência de três publicações por semana em dias úteis alternados (segunda-feira, quarta-feira e sexta-feira).

3.5 Dimensão “Onde?”

Essa dimensão identifica o meio pelo qual o público-alvo será alcançado com o fim de se atingir o objetivo determinado.

No caso do Projeto STEAMulando Futuros, a escolha do Instagram como plataforma foi uma decisão metodológica validada. Além de ser uma das mídias com maior número de usuários ativos no Brasil [16], o Instagram já se consolidou como um campo de atuação para esta pauta. Pereira *et al.* (2022) identificaram 45 perfis brasileiros ativos no Instagram dedicados exclusivamente à promoção da participação feminina em STEM. Para os autores, esses espaços digitais contribuem com a inserção das mulheres nessa área e ressignificam o campo como um espaço para a mulher. O Instagram tornou-se, assim, não apenas um canal de comunicação, mas um espaço de reocupação política e simbólica do campo científico.

A literatura aponta que o engajamento com temas de mulheres na ciência não é espontâneo: ele é o resultado de uma recontextualização do conteúdo. O estudo de Luna *et al.* (2023), que analisou posts sobre mulheres cientistas, detalha as estratégias de sucesso: o uso de “textos relativamente curtos”, “cards coloridos” e bem chamativos”, a “humanização da sua imagem” (com fotos da cientista) e calls-to-action explícitos que buscam a interação, como “Gostou? Curte, Comenta, Salva, Compartilha”.

Pereira *et al.* (2022) confirmam essa visão ao identificar os temas de maior sucesso nestes perfis, como postagens sobre mulheres na ciência (históricas e atuais) e mentorias (que fornecem informações e estratégias). Assim, para a divulgação científica cumprir seu papel social contra o apagamento, ela precisa equilibrar o rigor do conteúdo com a estética e a linguagem interativa da plataforma.

3.6 Dimensão “Como?”

Essa dimensão define os métodos usados para se alcançar os objetivos propostos na dimensão “O que?” com foco nas personas criadas na dimensão “Quem?”.

A primeira ferramenta definida para o desenvolvimento do material estudado no presente artigo foi a escolha das cores as quais, a partir da logomarca, se tornaram a identidade visual do projeto. Um dos conceitos utilizados para isso foi o conceito de “Teoria das Cores” de Banz [2], psicólogo, que em seu estudo tabelou as cores e o sentimento que elas costumam traduzir para quem as enxerga. Diante disso, três foram escolhidas como identidade visual:

- Roxo: Associado à benevolência, ao saber e à experiência. É a cor principal do projeto e foi escolhida como representante do conhecimento que se busca transmitir.
- Amarelo: Traduz o sentimento de força. Foi escolhida para representar toda a força que o gênero feminino carrega.
- Laranja: É a cor responsável pela imaginação. Em vista disso, foi escolhida, com o objetivo de incitar o desenvolvimento de novas ideias.

Portanto, a escolha dessas cores não foi arbitrária. Juntas elas traduzem o objetivo principal do projeto que é trazer a visibilidade para grandes mulheres da ciência que sofreram apagamento e incentivar novas mulheres a seguir a carreira em STEM.

Além disso, outra ferramenta que contribuiu amplamente para a produção de conteúdo foi o estudo acerca de storytelling, tendo como principal referência o livro “Storytelling com Dados” da autora Cole Nussbaumer Knaflic[9]. Em seu livro, ela aborda inúmeros conceitos, dentre os quais, os mais relevantes no contexto deste artigo foram:

- Saturação e carga cognitiva: o estudo acerca desses tópicos contribuiu para a construção de um design mais limpo, mantendo o foco na informação em detrimento da beleza, mas sem desconsiderá-la, e foi fundamental para amenizar a carga cognitiva causada pelo excesso de informação que a persona recebe;
- Atributos pré-atentivos: esse conceito foi fundamental para a aprendizagem sobre como manter o foco do público no local certo do design, criando uma hierarquia visual levando em conta o uso assertivo das cores e o do posicionamento dos elementos na imagem;
- Contraste: esse conceito foi amplamente aplicado para trazer equilíbrio no uso das cores, sobretudo entre o texto e o plano de fundo;
- *Affordances*: são os aspectos de um produto que tornam o seu funcionamento óbvio. No contexto do design, diz respeito a tornar a informação acessível não apenas a um público que entenda os termos técnicos da área, mas também ao que não compreende. Foi usado para tornar o tom de fala mais claro.

O estudo voltado para o design e storytelling mostrou-se aliado no processo de divulgação científica. Por meio dele, buscou-se transmitir o conhecimento de forma mais contextual, levando em conta o público-alvo do projeto, bem como a receptividade do conteúdo produzido de forma mais orgânica.

Por fim, outra estratégia adotada foi o uso da separação dos posts criados em tópicos de diálogo.

O “Conheça Uma Cientista” cujo propósito é, a cada post, apresentar uma grande mulher da ciência e sua contribuição para os meios social e acadêmico trouxe mulheres como Enedina Alves, Lindalia Sofia, Margaret Hamilton, Evelyn Boyd Granville e Hedy Lammar.



Figure 1: Post de apresentação da cientista Hedy Lammar

Já o tópico “Curiosidades” cujo propósito é divulgar datas comemorativas do meio STEM e a divulgação de conceitos pouco conhecidos celebrou datas como o aniversário de Katherine Johnson, o “Dia da Pessoa Programadora”, o “Dia do Bug”, o “Dia da Ada Lovelace” e foi o responsável por apresentar o conceito do “Efeito Matilda”.



Figure 2: Post de apresentação do Efeito Matilda

3.7 Dimensão “Quanto?”

Essa dimensão faz a análise de métricas e resultados para avaliar o quanto o projeto conseguiu efetivamente atingir o objetivo determinado. Para tanto, analisou-se as visualizações, o perfil dos seguidores atingidos, as interações com cada formato de conteúdo produzido e os horários de acesso.

4 Resultados

steamulando ▾ ●

Compartilhe uma nota

STEAMulando Futuros

57 posts	385 seguidores	70 seguindo
----------	----------------	-------------

Incentivando meninas e mulheres na STEAM.
 Formação | Mentoria | Hackathon
 Contato: steamulando.futuros@gmail.com
linktr.ee/steamulando.futuros

Figure 3: Perfil do Projeto STEAMulando Futuros no Instagram (@STEAMulando Futuros), 2025.

O perfil do Projeto STEAMulando Futuros no Instagram (@STEAMulando Futuros) foi estabelecido em fevereiro de 2025 com o foco

na divulgação científica relacionada a STEM. No início de agosto de 2025, uma reformulação do perfil foi implementada, seguindo o Framework 5W2H descrito na seção de Desenvolvimento.

A análise a seguir detalha os resultados obtidos no período de três meses (12 de agosto a 9 de novembro) após essa intervenção.

Até a data de 09 de novembro de 2025, o perfil do Instagram @STEAMulando Futuros possuía 385 seguidores e 57 publicações. Uma captura de tela do perfil do Instagram pode ser visualizada na Figura 3.

A coleta dos dados, analisados a seguir, foi realizada por meio do painel do perfil disponibilizado pelo Instagram para contas profissionais, no qual somente os administradores podem acessar estas informações. Por meio desse painel, é possível visualizar informações relacionadas ao perfil, como contas alcançadas, visualizações, curtidas, público-alvo, dentre outros.

4.1 Análise dos seguidores

O número de seguidores obteve um aumento de 84,2% em relação ao período inicial de agosto, resultando em 176 seguidores em 90 dias. A progressão mensal desse crescimento manteve-se constante, com mais de 69 novos seguidores em Agosto (comparado a Julho), mais 24 em Setembro (comparado a Agosto) e mais 35 em Outubro (comparado a Setembro). A Figura 4 apresenta a tela de seguidores do perfil profissional.

← Seguidores ⓘ

Últimos 90 dias ▾ 12 de ago - 9 de nov

385
Seguidores
+84,2% x Aug 11

Crescimento	
Total	176
Seguidores	188
Deixaram de seguir	12

Figure 4: Perfil profissional do Instagram aba seguidores, 2025.

A Figura 5 ilustra que 79,6% dos seguidores são do gênero feminino, demonstrando a eficácia da comunicação em atrair o público central (meninas e mulheres em STEM). Além disso, a distribuição por faixa etária indica que mais da metade da audiência está concentrada entre 18-24 anos (22,6%) e 25-34 anos (28,7%). Este dado sugere um alto alcance entre universitárias e jovens profissionais,

confirmando a atração da persona “Maria” definida pela Dimensão “Quem” no desenvolvimento.

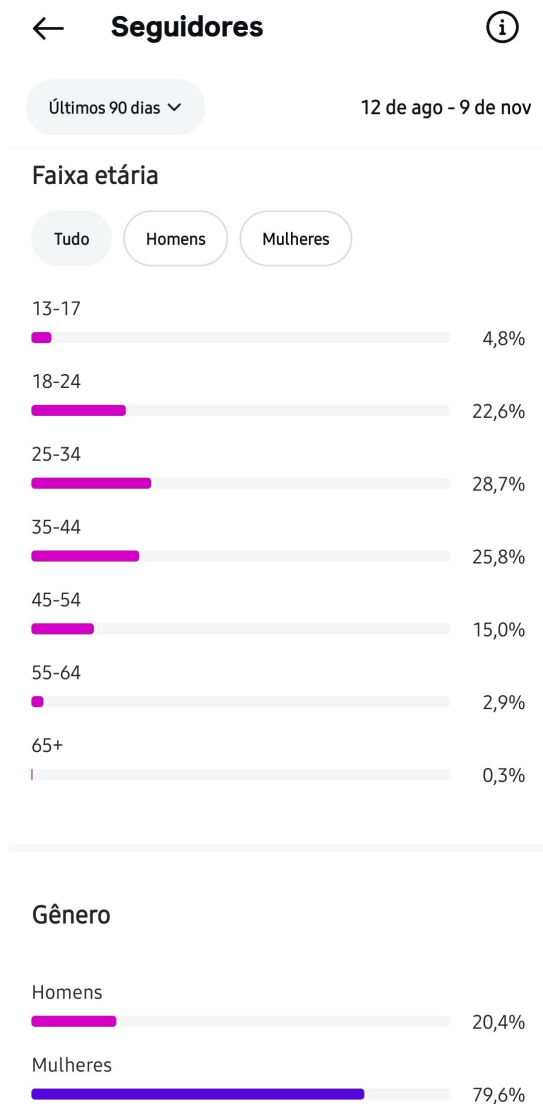


Figure 5: Perfil profissional do Instagram aba seguidores, 2025.

Apesar disso, a análise dos seguidores demonstrou uma baixa aderência à Persona “Ana”, jovem de 14 a 18 anos do ensino básico, que representou apenas 4,8% do total. Futuras iterações do Projeto STEAMulando Futuros deverão ter uma maior ênfase na produção de formatos de consumo rápido, como o Reels, que é um formato de interesse crescente entre o público jovem, a fim de aumentar o engajamento e a visibilidade para a audiência mais nova. Adicionalmente, a exploração de outras plataformas digitais ou canais de comunicação populares no Ensino Básico pode ser fundamental para transpor as barreiras de acesso do Instagram e atingir o objetivo de influenciar a escolha de carreira em STEM nesse público.

4.2 Análise de visualizações

Em relação aos formatos, os stories obtiveram 55,3% de visualizações, seguidos pelos posts (40,1%), e por fim, os reels (4,6%). A Figura 6 apresenta os dados descritos acima.



Figure 6: Perfil profissional do Instagram aba visualizações, 2025.

A nova abordagem de divulgação do conteúdo resultou no aumento da visibilidade do perfil. Este crescimento é um dado importante para o objetivo do projeto de diminuir a invisibilidade feminina na ciência, ampliando a exposição de modelos de referência para o público-alvo.

No período analisado, o perfil registrou um total de 12.888 contas únicas alcançadas¹, representando um aumento de 522,3% da data inicial para a final. Adicionalmente, o conteúdo publicado gerou um total de 188.067 visualizações².

¹Número de contas únicas do Instagram que visualizaram o conteúdo pelo menos uma vez (métrica estimada).

²Número de vezes que o conteúdo foi reproduzido ou exibido.

Durante o mês de agosto, houve um aumento nas visualizações, registrando 19 mil visualizações, mais de 1388% de aumento em relação a julho. Esse crescimento manteve-se constante durante o período.

4.3 Análise de interações por formato de conteúdo

No período observado, os posts demonstraram um amplo engajamento, com 1.183 curtidas e 53 comentários, 61 salvamentos, 206 compartilhamentos e 30 reposts, apresentado pela Figura 7 parte da aba Interações do Instagram. Em comparação, os Reels alcançaram 265 curtidas, 16 comentários, complementados por 32 compartilhamentos, 4 salvamentos e 4 reposts.

Por interação

Interação	Quantidade
Curtidas	1,183
Comentários	53
Salvamentos	61
Compartilhamentos	206
Reposts	30

Principais posts

Com base nas curtidas

[Ver tudo](#)



Figure 7: Perfil profissional do Instagram aba interações, 2025.

Os posts mais curtidos incluíram temas como a aprovação de artigo científico do projeto (“Artigo Aprovado”, com 79 curtidas) e um post informativo com manual sobre a utilização do Lattes (“Manual Lattes”, com 74 curtidas). Estes conteúdos, relacionados à trajetória e à carreira científica, indicam que a audiência, majoritariamente universitária e jovem profissional (18-34 anos), valoriza a informação prática e a celebração de marcos acadêmicos.

O post sobre o “Efeito Matilda” (64 curtidas) também obteve alto engajamento. Este tópico, que faz parte do tema de “Curiosidades” de postagens, demonstrou a relevância da pauta política e simbólica de combate ao apagamento histórico de mulheres na ciência.

O alto índice de Salvamentos (61) e Compartilhamentos (206) demonstra que o conteúdo é percebido como de alta utilidade e valor social, reforçando o alinhamento do projeto com os objetivos de visibilidade e referência buscados pelo público.

Além das melhorias de design e formato, o Instagram do STEAMulando Futuros ajustou sua frequência de postagens para coincidir com os momentos de maior atividade do público, detalhado na dimensão “Quando?”.

A implementação dessa mudança em setembro gerou um aumento de 12% nas visualizações em relação a agosto, mantendo a curva de crescimento após a reformulação. Essa correlação demonstrou que o consumo do conteúdo do STEAMulando Futuros é mais eficaz fora do horário tradicional de estudo ou trabalho.

5 Ameaças à validade dos dados

No que tange a possíveis ameaças à validade dos dados, é necessário considerar que o Instagram não permite reconhecer a quem pertencem os acessos ou a origem da interação. Nesse aspecto, as visualizações podem refletir dados irreais, uma vez que estas podem ocorrer por meio de meninas de faixas etárias menores usando contas com datas de nascimento incorretas. Além disso, o acesso é permitido através de mais de uma conta pelo mesmo usuário e é possível haver mais de uma visualização pela mesma conta, desse modo, ainda que existam informações, não podem ser coletadas e confirmadas.

6 Conclusão

A presente pesquisa teve como objetivo verificar o impacto da divulgação científica focada no gênero feminino, por meio do perfil do Instagram do Projeto STEAMulando Futuros. Para tal, o projeto implementou uma reformulação de conteúdo e postagens baseada no Framework 5W2H, definindo o público-alvo, o propósito de combate ao Efeito Matilda e os métodos de design e storytelling. O Instagram foi escolhido como a plataforma de divulgação.

No período analisado, o perfil obteve um aumento de 522,3% nas contas únicas alcançadas, totalizando 12.888, e registrou 188.067 visualizações. O crescimento no número de seguidores foi de 84,2%, e a plataforma se mostrou bastante eficaz em atrair o público central, com 79,6% dos seguidores sendo do gênero feminino. A análise qualitativa das interações apontou para um forte engajamento com conteúdos de utilidade prática na carreira científica e de conscientização social, como os posts sobre aprovação de artigo e o Efeito Matilda, o que valida o alinhamento com a Persona “Maria” (jovens acima de 18 anos).

O estudo também identificou o desafio de atingir a Persona “Ana” (14-17 anos), que representou apenas 4,8% da base de seguidores. Como trabalho futuro, o projeto deve focar na otimização da dimensão “Como?” (métodos e linguagem) para engajar esse público mais jovem, aumentando a produção de conteúdo em formatos mais dinâmicos e de maior interesse dessa faixa etária, como o Reels, e a exploração de outras plataformas digitais para garantir que o

material de divulgação científica consiga transpor as barreiras de acesso e alcançar o público do ensino básico.

Como trabalhos futuros, planeja-se realizar uma coleta qualitativa envolvendo as alunas seguidoras do projeto nas redes sociais. Esta proposta se daria por meio de questionários digitais com perguntas que ajudem a entender o perfil das meninas e o possível impacto que essa forma de divulgação científica vem causando. Dentro dessa iniciativa, para obtenção de dados qualitativos, abre-se a oportunidade de discussão de prováveis efeitos sazonais que impactam nas métricas obtidas, tais como maior acesso em certos períodos como férias escolares, fins de semana e feriados.

7 Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Agradecemos o apoio do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) através do processo 302959/2023-8 (DT2) e 440593/2024-7 Projeto “STEMulando Futuros” (CNPq/MCTI/MMulheres n° 31/2023) e da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC) N° 60/2024 T.O n.º: 2025TR001445 - Programa de Ciência, Tecnologia e Inovação para o apoio aos Grupos de Pesquisa da UDESC projeto “Metodologias inovadoras e tecnologias educacionais para o processo de ensino e aprendizagem”.

References

- [1] Fernanda Simões Abreu. 2024. A estatística do Brasil: uma análise de gênero do cenário acadêmico. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Estatística) – Universidade Federal de Ouro Preto. <http://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/7942>
- [2] Juan Bamz. 1976. *Arte y Ciencia del Color*. Arte, Barcelona.
- [3] British Council. 2025. Equidade de gênero em STEM: oportunidades no mercado de trabalho. <https://www.britishcouncil.org.br/mulheres-na-ciencia/desigualdade-de-genero-no-mercado>. Acessado em: 18 nov. 2025.
- [4] Alan Cooper, Robert Reimann, and David Cronin. 2007. *About Face 3: The Essentials of Interaction Design*. John Wiley & Sons, New York, NY.
- [5] Patrícia Guevara-Ramírez, Viviana A. Ruiz-Pozo, Santiago Cadena-Ullauri, Gabriela Salazar-Navas, Ana Acosta Bedón, J. Faustino V-Vázquez, and Ana Karina Zambrano. 2022. Ten simple rules for empowering women in STEM. *PLoS Computational Biology* 18, 12 (2022), e1010731. doi:10.1371/journal.pcbi.1010731
- [6] Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). 2019. Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. <https://www.ipea.gov.br/ods/ods5.html> Acesso em: 2025-11-11.
- [7] Joice Jeronimo, Avani de Kemczinski, and Isabela Gasparini. 2024. Entendendo como o SBIE tem discutido Questões de Gênero - um Estudo Sistemático das Publicações ao longo de duas décadas. In *Anais do XXXV Simpósio Brasileiro de Informática na Educação* (Rio de Janeiro/RJ). SBC, Porto Alegre, RS, Brasil, 1306–1320. doi:10.5753/sbie.2024.242471
- [8] Ana Carolina Tomé Klock, Isabela Gasparini, and Marcelo Soares Pimenta. 2016. 5W2H Framework: a guide to design, develop and evaluate the user-centered gamification. In *Proceedings of the 15th Brazilian Symposium on Human Factors in Computing Systems*. 1–10.
- [9] Cole Nussbaumer Knaflic. 2019. *Storytelling com Dados: um guia sobre visualização de dados para profissionais de negócios*. Alta Books, São Paulo.
- [10] Liliansa Gabrielle Barbosa Luna, Ernesto Arcenio Valdés Rodríguez, and João Eduardo Fernandes Ramos. 2023. Recontextualização, cultura digital e mulheres cientistas: divulgação científica feita por graduandos em Física no Instagram. *Revista Diálogo Educacional* 23, 78 (2023), 1319–1331. doi:10.7213/1981-416x.23.078.ds01
- [11] Joana Mostafa, Nanah Sanches Vieira, Ranna Mirthes Sousa Correa, et al. 2024. *Agenda 2030: objetivos de desenvolvimento sustentável: avaliação do progresso das principais metas globais para o Brasil: ODS 5: alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas*. Technical Report. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea).
- [12] K. J. de Nascimento, M. S. Dias, and G. T. J. Pereira. 2018. Marketing: A internet e o marketing digital. In *Workshop Marketing Crítico. Anais eletrônicos*. UESB, Vitória da Conquista.
- [13] Leihge Pereira, Karla Souza e Silva, Eunice Nunes, and Cristiano Maciel. 2022. Perfis em Mídia Social para Meninas e Mulheres com interesse na área STEM e STEAM. In *Anais do XVI Women in Information Technology (WIT)* (Niterói). SBC, Porto Alegre, RS, Brasil, 227–232. doi:10.5753/wit.2022.223162
- [14] Karla Ladislau Pessanha, Estevão Carvalho Pereira, Marize Lyra Silva Passos, and Mariella Berger Andrade. 2024. Super heroínas cientistas em ação: Um escape room sobre equidade racial e de gênero. In *Anais do X Congresso Nacional de Educação (CONEDU)*. Editora Realize, Brasil. <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/112245>
- [15] Raquel Recuero. 2007. Considerações sobre a difusão de informações em redes sociais na internet. *Intercom Sul* (2007).
- [16] Adalberto Ribeiro-Ferreira and Angela Machado Rocha. 2025. Marketing digital como instrumento de promoção de inovações: um estudo multicase em núcleos de inovação tecnológica. *Cadernos de Gestão e Empreendedorismo* (2025). doi:10.32888/cge.v13i1.66096 Recebido em 17/03/2025 e aprovado em 08/04/2025.
- [17] Margaret W Rossiter. 1993. The Matthew Matilda effect in science. *Social studies of science* 23, 2 (1993), 325–341.