

## **Follow us! How do Brazilian Graduate Tourism Programs use Instagram to communicate science?**

**Mateus José Alves Pinto<sup>1</sup>**  
**Rodrigo Guissoni<sup>2</sup>**  
**Marcia Shizue Massukado Nakatani<sup>3</sup>**

### **Abstract**

Science communication means informing the general society about the advances of technology and research conducted by scientists, universities, and graduate programs. That way, the Knowledge Society concepts can spread among citizens through scientific and rational knowledge, allied to the information and communication technologies (ICTs), such as social networking sites (SNSs). Given this context, this paper aims to understand how Brazilian Graduate Tourism Programs (GTP) use social media to communicate their activities, firstly, because the Brazilian government depreciates science credibility. Secondly, because public communication of science and technology usually resonates with societal priorities, demonstrating the relevance of science in fields other than tourism and hospitality. Additionally, in graduate programs, most research occurs, and they can use social media platforms to communicate it. Consequently, this paper aims to analyze how these graduate programs use Instagram to promote science, enhance their networking with students, alumni, and society, attract new students, and create a digital memory of their activities. This study is a netnography presenting a virtual spatial clipping with a quantitative method (i.e., altmetric), and a qualitative approach (i.e., content analysis). The altmetric allowed the authors to identify seven graduate programs with an Instagram account (UFPE, IFS, UFF, USP, UFPR, UNIVALI, and UCS) and their number of publications, followers, and the profiles' creation date. Later, the content analysis categorized the posts shared by the programs and presented the benefits of Instagram to graduate courses. Results show that the majority of posts shared by the programs are science related. Therefore, Brazilian Graduate Tourism Programs use Instagram for science communication. Furthermore, the use of Instagram also benefited from creating a digital storage of the programs' trajectory, which can engage professors, students, alumni, and prospective students in publications that recollect memories

<sup>1</sup> Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. Mestrando do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná. Membro do Grupo de Pesquisa TEEM/UFPR – Turismo, Educação, Emprego e Mercado. <http://lattes.cnpq.br/6046583275329556>. [mateusjose@ufpr.br](mailto:mateusjose@ufpr.br).

<sup>2</sup> Mestre em Turismo pela Universidade Federal do Paraná. Aluno especial do Doutorado em Geografia da Universidade Federal do Paraná. <http://lattes.cnpq.br/0343727193598504>. [guissonirodrigo@gmail.com](mailto:guissonirodrigo@gmail.com)

<sup>3</sup> Doutora em Administração pela Universidade Federal do Paraná. Professora do Departamento de Turismo e do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná. Colíder do Grupo de Pesquisa TEEM/UFPR – Turismo, Educação, Emprego e Mercado. <http://lattes.cnpq.br/6733913313106990>. [marcia.nakatani@ufpr.br](mailto:marcia.nakatani@ufpr.br).

that happen in the university milieu. Finally, the authors consider that these graduate programs' effort in publishing their activities online is a way to make "tourism science" more relevant and credible.

**Keywords:** tourism; science communication; Instagram; Graduate Tourism Programs; Brazil.

### **Resumo**

Comunicação científica significa informar a sociedade em geral sobre os avanços de tecnologia e pesquisas conduzidas por cientistas, universidades e programas de pós-graduação. Desta maneira, os conceitos da Sociedade do Conhecimento podem espalhar-se pelos cidadãos por meio de conhecimento científico e racional, aliado às tecnologias de informação e comunicação (TICs), como as redes sociais. Considerando este contexto, este artigo busca entender como os Programas de Pós-graduação em Turismo (PPGT), no Brasil, utilizam as mídias sociais para comunicar as suas atividades, primeiramente, porque o governo brasileiro deprecia a credibilidade da ciência. Ainda, porque a comunicação pública da ciência e tecnologia geralmente condiz com as prioridades da sociedade, demonstrando a relevância da ciência em áreas não relacionadas ao turismo e hospitalidade. Adicionalmente, são nos programas de pós-graduação que a maioria das pesquisas ocorrem, então eles devem utilizar as mídias sociais para comunicá-las. Consequentemente, o objetivo principal deste trabalho é analisar como estes programas de pós-graduação utilizam o Instagram para promover a ciência, para aumentar o contato com estudantes, egressos e a sociedade, para atrair novos estudantes, e para criar uma memória digital das suas atividades. Este artigo é exploratório e descritivo, apresentando um recorte virtual, porque os autores conduziram uma netnografia. Relativo aos procedimentos metodológicos, os autores aplicaram um método quantitativo (altimetria) e qualitativo (análise de conteúdo). A altimetria possibilitou os autores identificar os sete programas de pós-graduação que possuem conta no Instagram (UFPE, IFS, UFF, USP, UFPR, UNIVALI e UCS), além do número de publicações, seguidores e data de criação dos perfis. Em um segundo momento, a análise de conteúdo categorizou as postagens compartilhadas pelos programas e apresentou os benefícios do Instagram para os cursos de pós-graduação. Os resultados demonstram que a maioria das postagens compartilhadas pelos programas possuem caráter científico. Deste modo, os Programas de Pós-graduação em Turismo brasileiros utilizam o Instagram para a comunicação científica. Ademais, a utilização do Instagram também foi benéfica para a criação de um repositório digital da trajetória dos programas, o que pode engajar professores, estudantes, egressos e potenciais alunos em publicações que recordam bons momentos ocorridos no ambiente universitário. Finalmente, os autores consideram que o esforço destes programas de pós-graduação em publicar suas atividades online é uma forma de fazer com que a "ciência do turismo" seja mais relevante e confiável.

**Palavras-chave:** turismo; comunicação científica; Instagram; Programas de Pós-graduação; Brasil.