



ESTRATÉGIAS DE DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA NAS MÍDIAS SOCIAIS:

O caso do @cienciaabertabrasil

Blena Estevam dos Santos

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), Brasil

blenasantos@ibict.br



<https://orcid.org/0009-0006-7329-9236>

Phillipe de Freitas Campos

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict); Universidade de Brasília (UnB) Brasil

phillipecampos@ibict.br



<https://orcid.org/0000-0002-7093-703X>

Letícia Guarany Bonetti

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), Brasil

leticiabonetti@ibict.br



<https://orcid.org/0000-0002-3012-8465>

Priscila Machado Borges Sena

Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict); Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Brasil

priscilasena@ibict.br



<https://orcid.org/0000-0002-5612-4315>

Cairê Antunes Dantas

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC); Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), Brasil

cairedantas@ibict.br



<https://orcid.org/0009-0007-9778-8613>

DOI: 10.22477/xiv.biredial.388

EJE TEMÁICO: Comunicación académica, científica y cultural en abierto

RESUMEN

Por meio de uma pesquisa com abordagem qualitativa e caráter exploratório e descriptivo, este estudo de caso único tem como objetivo analisar a experiência de reestruturação do perfil @cienciaabertabrasil, vinculado ao Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), referência nacional na promoção do Acesso Aberto e da Ciência Aberta. A análise demonstra que ações planejadas de curadoria, produção de conteúdo, definição de identidade visual e monitoramento de métricas contribuem para ampliar o alcance das mídias sociais. Atualmente ambos os perfis do Instagram e do LinkedIn possuem mais de 2.000 seguidores, enquanto o do Facebook ultrapassa os 7.000. Com relação ao engajamento, o perfil do Instagram contou com mais de 2.000 visitas entre novembro de 2024 e fevereiro de 2025, enquanto as postagens no Facebook somaram mais de 10.000 visualizações entre fevereiro e maio de 2025. Conclui-se que a reativação estratégica das mídias sociais viabilizou um amplo alcance das ações e práticas de Ciência Aberta desenvolvidas no Ibict e em diversos outros contextos, sendo também um recurso de combate à desinformação. Espera-se que o estudo contribua para o debate teórico-prático sobre comunicação e divulgação científica e o papel das redes sociais para o fortalecimento do vínculo entre ciência e sociedade.

Palabras-clave: Comunicación científica. Mídias sociais. Ciência Aberta. Perfil institucional.



ABSTRACT

Through a qualitative research approach with an exploratory and descriptive nature, this single case study aims to analyze the experience of restructuring the profile @cienciaabertabrasil, linked to the Brazilian Institute of Information in Science and Technology (Ibict), a national reference in the promotion of Open Access and Open Science. The analysis demonstrates that planned actions of curation, content production, visual identity definition, and metric monitoring contribute to expanding the reach of social media. Currently, both the Instagram and LinkedIn profiles have over 2,000 followers, while the Facebook profile exceeds 7,000. Regarding engagement, the Instagram profile had more than 2,000 visits between November 2024 and February 2025, while Facebook posts accumulated over 10,000 views between February and May 2025. It is concluded that the strategic reactivation of social media enabled a broad reach for the Open Science actions and practices developed at Ibict and in various other contexts, also serving as a resource for combating misinformation. It is hoped that the study contributes to the theoretical-practical debate on scientific communication and dissemination and the role of social networks in strengthening the link between science and society.

Keywords: Scientific communication. Social Media. Open Science. Institutional profile.

INTRODUÇÃO

A Comunicação é a base da transformação do mundo contemporâneo. Por meio dela são produzidas, compartilhadas e ressignificadas informações e conhecimentos, configurando-se como um campo fundamental para compreender os fluxos informacionais na sociedade. Diante do contexto de transformação das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), a popularização da internet e o advento das redes sociais digitais, as mídias se fortaleceram e se constituíram como um ambiente essencial para as relações e interações sociais, com capacidade transformadora e inovadora na construção de novas realidades (Pereira & Herschmann, 2005).

Logo, a comunicação é compreendida como uma disciplina que busca estudar as mídias e o ambiente diversificado de transferência de informações, favorecendo a troca de ideias e percepções entre as pessoas em espaços estruturados para interações sociais, onde o processo seja intencionalmente articulado para atingir o objetivo de passar uma informação através de dispositivos, seja por meio de blogs, das redes sociais como o Instagram, Facebook, LinkedIn, entre outros dispositivos ou meios (Braga, 2010; Pereira & Herschmann, 2005). Tais redes se organizam como estruturas descentralizadas e dinâmicas formadas por participantes autônomos unidos por valores e interesses compartilhados (Martelete, 2001, p. 72; Tomaél, Alcará & Di Chiara, 2005).

A apropriação das redes sociais como espaço de articulação entre ciência e sociedade tem crescido nas últimas décadas, inclusive no meio acadêmico, tornando-se ferramenta estratégica para a formação, divulgação científica e desenvolvimento profissional (Santos & Cypriano, 2014; Tomaél, Alcará & Di Chiara, 2005). Um levantamento da agência de marketing digital Lori Lewis revelou que, em 2020, o Instagram teve aproximadamente 694 mil acessos por minuto. Já em 2023, segundo o blog *eDiscovery Today & LTMG*, esse número saltou para 10,4



milhões de acessos por minuto (Austin, 2023; Rocha, 2022).

Esse crescimento das mídias sociais enquanto espaço de circulação de informações traz à tona uma nova problemática: como mobilizar esses ambientes digitais para promover o conhecimento científico de forma crítica, confiável e socialmente engajada? Estudos como os de Chaves e Bisset Alvarez (2023) e Oliveira, Silveira e Araújo (2024) apontam para a importância de estratégias discursivas e estéticas que favoreçam a recepção e compreensão pública da ciência, especialmente diante do contexto da desinformação. Ao mesmo tempo, autores como Guimarães, Reis e Freire (2024) enfatizam a convergência entre divulgação científica e competência científica, destacando a importância da comunicação para a formação de cidadãos capazes de interpretar e aplicar o conhecimento científico em suas vidas.

Nesse cenário destaca-se o papel do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict), órgão federal vinculado ao Ministério da Ciência, Tecnologia e Inovação (MCTI) tido como referência na promoção do Acesso Aberto e da Ciência Aberta no Brasil. Há mais de 25 anos o Ibict tem investido em políticas, metodologias e serviços para garantir a abertura do conhecimento científico, promovendo práticas colaborativas e infraestruturas digitais. Uma das iniciativas nesse campo é o perfil @cienciaabertabrasil, criado em 2016 e reestruturado em 2023 com presença ativa em múltiplas plataformas sociais.

Diante disso, este trabalho tem como objetivo analisar a experiência de reestruturação do perfil Ciência Aberta Brasil (@cienciaabertabrasil) como estudo de caso de comunicação científica institucional nas mídias sociais. A problemática central que orienta a pesquisa é: como as mídias sociais podem ser mobilizadas por instituições públicas para promover os princípios da Ciência Aberta e fortalecer o vínculo entre ciência e sociedade?

A relevância da pesquisa reside na urgência de consolidar estratégias comunicacionais inovadoras e comprometidas com a democratização do conhecimento, especialmente no contexto da Ciência Aberta e do enfrentamento à desinformação. Ao sistematizar essa experiência, espera-se contribuir para o debate teórico-prático sobre comunicação e divulgação científicas e o papel das redes sociais para o fortalecimento do vínculo entre ciência e sociedade

PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este trabalho configura-se como um estudo de caso único, com abordagem qualitativa e caráter exploratório e descritivo (Yin, 2015). O objeto de análise é a reestruturação e atuação do perfil institucional @cienciaabertabrasil, vinculado ao Ibict, enquanto estratégia de comunicação científica orientada pelos princípios da Ciência Aberta, desenvolvida nas mídias sociais.

A opção metodológica por estudo de caso justifica-se pela necessidade de compreender, em profundidade, um fenômeno contemporâneo inserido em seu contexto real: a mediação

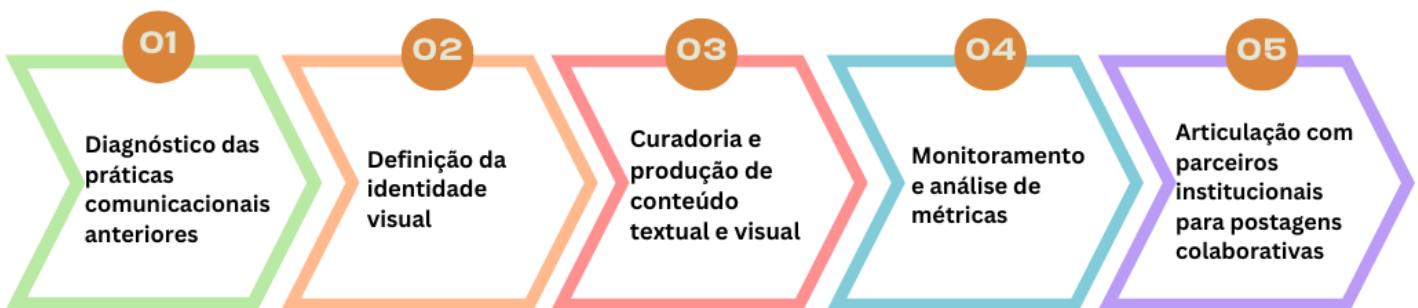


comunicacional entre ciência e sociedade realizada por uma instituição pública por meio de plataformas digitais. Como destaca Yin (2015), esse tipo de abordagem é apropriada quando as fronteiras entre o fenômeno e o contexto não estão nitidamente delimitadas e quando se busca responder a questões do tipo “como” e “por que”.

A pesquisa baseia-se em múltiplas fontes de evidência, como observação participante, registros da equipe, amostras de postagens, cronogramas de ações e métricas das mídias sociais.

O processo de sistematização incluiu as seguintes etapas, sistematizadas na Figura 1.

Figura 1: Etapas para reestruturação do perfil @cienciaabertabrasil



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

O estudo também contempla reflexões analíticas sobre os desafios enfrentados e as aprendizagens decorrentes da experiência. Embora se trate de um estudo de caso único, não destinado à generalização estatística, os achados possibilitam a identificação de boas práticas e contribuições conceituais e metodológicas relevantes para o campo da comunicação pública da ciência e para iniciativas de Ciência Aberta.

ESTRATÉGIAS E RESULTADOS

O perfil Ciência Aberta Brasil teve sua origem em uma página no Facebook¹, criada em abril de 2016 com o nome “Acesso Aberto Brasil - Ibict”. Inicialmente as postagens concentravam-se na divulgação de conteúdos sobre acesso aberto, alinhadas às iniciativas do Ibict. Em janeiro de 2019, a página passou a se chamar “Ciência Aberta Brasil - Ibict”, refletindo a ampliação do escopo para abordar a Ciência Aberta de maneira mais abrangente. Buscando expandir sua presença digital e alcançar novos públicos, o perfil foi levado para outras plataformas: em junho de 2023 foram criadas contas no Instagram² (vinculada ao Facebook) e no X³ (antigo Twitter). Posteriormente, foi criada também uma conta no LinkedIn⁴, fortalecendo a

¹ Disponível em: <https://www.facebook.com/cienciaabertabrasil>

² Disponível em: <https://www.instagram.com/cienciaabertabrasil/>

³ Disponível em: <https://x.com/cienciaabertabr>

⁴ Disponível em: <https://www.linkedin.com/company/cienciaabertabrasil/>



estratégia de disseminação de conteúdos sobre Ciência Aberta para o ambiente corporativo. Há também um canal no YouTube⁵ com o mesmo nome, ainda pouco dinamizado em razão das especificidades da plataforma, que demandam mais tempo e planejamento para a elaboração de conteúdos.

Com todas as redes criadas, retomou-se então o cronograma de postagens. Para isso, a equipe responsável pela execução das ações passou a ser composta por três bibliotecários e um estudante de Jornalismo, todos pesquisadores vinculados ao Ibict, os quais participam diretamente da concepção e implementação da estratégia comunicacional analisada.

A segunda etapa da reestruturação foi a definição de uma identidade visual unificada, garantindo um padrão estético e comunicacional para todas as redes. Contratou-se um designer para criar uma nova logo para as mídias, bem como suas respectivas adaptações como avatar (fotos para os perfis) e banners, adotando elementos visuais que representam a Ciência Aberta e reforçam a vinculação do perfil ao Ibict.

A nova logo do perfil @cienciaabertabrasil foi concebida em formato circular, simbolizando a natureza cíclica e em constante movimento da Ciência Aberta e da comunicação científica. No centro, destaca-se um hexágono regular de cor laranja, que remete à identidade visual do Movimento de Acesso Aberto. Ao redor dessa figura central distribuem-se outros 7 hexágonos, representando, cada um, os principais pilares, práticas e dimensões da Ciência Aberta. O espaço em branco entre os elementos reforça a ideia de um movimento em permanente construção, aberto a novas possibilidades e práticas, reafirmando o caráter dinâmico, inclusivo e evolutivo da Ciência Aberta. Complementarmente, a utilização da régua institucional do Ibict nas artes dos banners reforça a vinculação do perfil ao Instituto. A Figura 2 apresenta o logo em sua utilização como banner.

Figura 2 - Banner utilizado nas redes sociais da conta @cienciaabertabrasil



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Com a identidade visual estabelecida, a equipe passou a se dedicar ao levantamento e

⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/@CienciaAbertaBrasil-Ibict>



curadoria de conteúdos relevantes para as postagens. O foco principal é a disseminação de informações sobre Ciência Aberta, abrangendo a divulgação de leituras, eventos, notícias, cursos e iniciativas relacionadas ao tema. Esse processo é conduzido, sobretudo, pelos bibliotecários da equipe, que trabalham diretamente com serviços de Ciência Aberta na Coordenação de Tratamento, Análise e Disseminação da Informação Científica (CODIC) do Instituto.

Listas de transmissão como o *Boletim SciELO México* e *Universo Abierto* são frequentemente utilizadas, além dos sites de organizações que atuam com temáticas relacionadas ao tema do perfil, como da *Red LA Referencia*, *Directory of Open Access Journals (DOAJ)*, *Sistema de Información Científica (Redalyc)*, etc. Mantém-se também um contato aberto com o público do perfil, que eventualmente sugere conteúdos para postagem.

Além disso, a equipe busca criar postagens educativas e originais, como foi o caso da série com os pilares da Ciência Aberta (Figura 3) e de produtos e serviços do Ibict (Figura 4), compartilhadas no Instagram e Facebook.

Figura 3 - Série de postagens sobre os pilares da Ciência Aberta



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

A intenção dos posts apresentados na Figura 3 foi conceituar e contextualizar os pilares da Ciência Aberta de forma descomplicada. Cada postagem dessa série, que foi feita em formato carrossel, trouxe informações relevantes de cada pilar como o conceito, os benefícios, os princípios, um breve histórico, dentre outros tópicos. São conteúdos originais criados pela equipe após um levantamento bibliográfico e um estudo aprofundado dos temas que são apresentados.

Figura 4 - Série de postagens sobre os produtos e serviços do Ibict no Instagram



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Outra série que foi criada pela equipe foi a dos produtos e serviços de Ciência Aberta criados e mantidos pelo Ibict. A ideia era não somente divulgá-los, mas também explicar o serviço, trazendo um histórico, apresentando o público-alvo, os objetivos, os benefícios e algumas curiosidades (Figura 4). A série incluiu os seguintes produtos e serviços: a) Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD)⁶; b) Diretório de políticas editoriais das revistas científicas brasileiras (Diadorim)⁷; c) Portal brasileiro de publicações e dados científicos em acesso aberto (Oasisbr)⁸; d) Portal brasileiro para as revistas científicas (Manuelzão)⁹; e) Diretório das revistas científicas eletrônicas brasileiras (Miguilim)¹⁰; f) Repositório Institucional Digital do Ibict (RIDI)¹¹; g) Repositório Comum do Brasil (Deposita)¹²; h) Repositório de dados de pesquisa do Ibict (Aleia)¹³; i) Repositório Comum de Dados de Pesquisa (Deposita Dados)¹⁴; j) Ecossistema de Informação da Pesquisa Científica Brasileira (BrCris)¹⁵; k) Rede Brasileira de de Serviços de

⁶ Disponível em: <https://bdtd.ibict.br/vufind/>

⁷ Disponível em: <https://diadorim.ibict.br/vufind/>

⁸ Disponível em: <https://oasisbr.ibict.br/vufind/>

⁹ Disponível em: <https://manuelzao.ibict.br/>

¹⁰ Disponível em: <https://miguilim.ibict.br/>

¹¹ Disponível em: <https://ridi.ibict.br/>

¹² Disponível em: <https://deposita.ibict.br/>

¹³ Disponível em: <https://aleia.ibict.br/>

¹⁴ Disponível em: <https://depositadados.ibict.br/>

¹⁵ Disponível em: <https://brcris.ibict.br/>



Preservação Digital (Cariniana)¹⁶; I) Plataforma de Ciência Cidadã (Civis)¹⁷; m) Rede Moara¹⁸; e n) Plano de Gestção de Dados (PGD-BR)¹⁹.

Para isso, os principais responsáveis por cada serviço foram acionados para elaborar o conteúdo das artes, que depois foram produzidas no mesmo formato carrossel.

Figura 5 - Métricas de alcance disponíveis no painel profissional do Instagram para o post do Oasisbr



Fonte: Painel profissional do perfil @cienciaabertabrasil no Instagram (2025).

O post do Oasisbr, que teve o maior número de impressões dentre os posts dos serviços no Instagram, alcançou, por exemplo, 3.412 contas até maio de 2025 (Figura 5), enquanto o da BDTD alcançou 2.971 contas no mesmo período. Outro ponto interessante é que os posts dessa série alcançaram majoritariamente um público que ainda não seguia os perfis do Ciência Aberta Brasil no Instagram (Figura 5), trazendo não apenas novos seguidores, como também divulgando o serviço para um público mais amplo. O mesmo movimento é observado no Facebook (Figura 6), com destaque para o post da BDTD.

¹⁶ Disponível em: <https://cariniana.ibict.br/>

¹⁷ Disponível em: <https://www.civis.ibict.br/>

¹⁸ Disponível em: <https://redemoara.ibict.br/>

¹⁹ Disponível em: <https://pgd.ibict.br/>

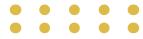
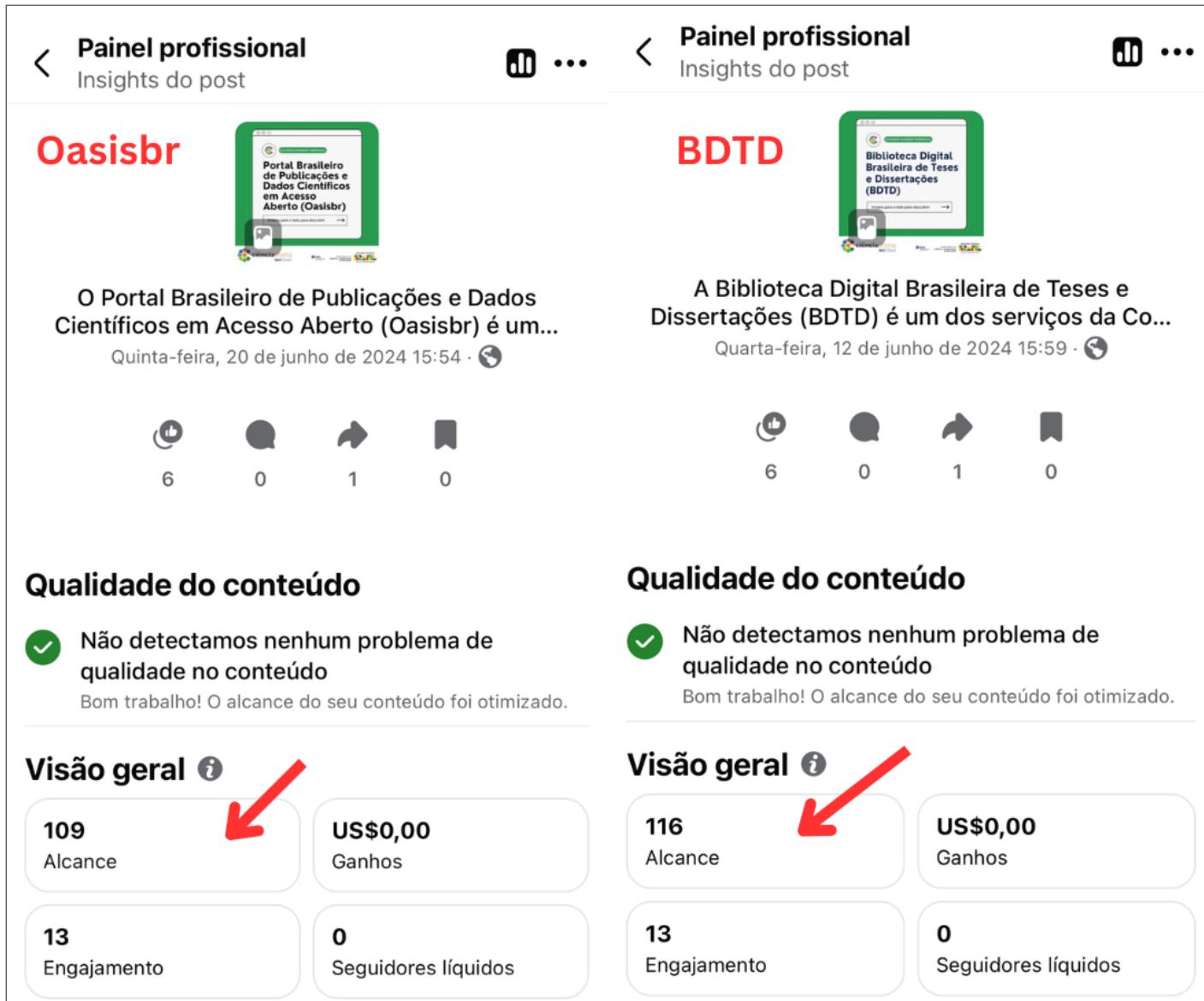


Figura 6 - Métricas de postagens sobre os produtos e serviços do Ibict no Facebook



Fonte: Painel profissional do perfil @cienciaabertabrasil no Facebook (2025).

A criação de artes e legendas é uma etapa fundamental para garantir que as postagens se destaquem nas redes sociais e sejam visualmente atrativas para o público. A equipe utiliza ferramentas online de design gráfico, principalmente a plataforma Canva²⁰, para criar imagens que refletem tanto a identidade visual do perfil quanto o conteúdo que será compartilhado. As artes são criadas para serem informativas e visualmente atrativas, com uso estratégico de cores, tipografias e ícones. Vale destacar que a equipe possui *templates* para cada tipo de conteúdo a ser divulgado, o que agiliza o processo de elaboração e postagem, além de facilitar a padronização na identidade visual.

²⁰ Disponível em: https://www.canva.com/pt_br/.



As legendas são redigidas com linguagem acessível, mantendo o tom institucional do Ibict, mas sempre com foco na clareza e no engajamento. Além disso, a equipe se preocupa em utilizar *hashtags* para ampliar o alcance das postagens e atrair o público-alvo envolvido com Ciência Aberta e áreas correlatas.

Vale ressaltar que a estratégia para criação de post é centralizada na estrutura do Instagram, diretamente vinculado ao Facebook, com alguns ajustes para as postagens no LinkedIn e X (antigo Twitter), principalmente no que se refere à limitação de caracteres nas legendas e nos posts em formato de carrossel, que não funcionam em todas as redes. Dessa forma, verificou-se as diferentes abordagens nas redes sociais, identificando padrões e tendências em cada uma delas, e constatou-se que no LinkedIn e X (antigo Twitter) é viável utilizar a estratégia de compartilhar ou repostar publicações de outros perfis com interesses e temáticas correlatas, o que facilita e agiliza a divulgação da informação científica.

Ademais, adotou-se a ferramenta de destaques do Instagram, com a criação de ícones individuais e específicos para as postagens padrões do perfil. Tal funcionalidade permite a organização dos *stories*, de tal forma que eles sejam fixados no topo do perfil, abaixo da bio, e se mantenham visíveis por tempo indeterminado. Assim, algumas das séries feitas no perfil @cienciaabertabrasil ganharam seu próprio destaque, facilitando que sejam encontrados e acessados. Outra estratégia necessária foi a criação de um perfil na plataforma Linktree²¹ para disponibilização dos links compartilhados nas postagens do perfil do Instagram, buscando facilitar esse acesso às informações compartilhadas e minimizar uma desvantagem da rede social quanto ao acesso direto de hiperlinks nos textos das legendas.

A série de serviços e produtos do Ibict também será adaptada para o formato de vídeo, compatível tanto com o Reels do Instagram como com o YouTube. Com a ajuda de um *web designer* a equipe pretende lançar uma série de vídeos narrados e animados sobre os serviços do Instituto, alcançando um novo público. Assim como no caso dos posts em carrossel, os principais responsáveis por cada serviço foram acionados para elaborar os roteiros dos vídeos, pensando não só na informação que será passada, mas também nos elementos visuais mais apropriados. Um primeiro exemplo já está disponível no canal do YouTube²².

O monitoramento das postagens é uma atividade permanente, feita com o objetivo de estimar o alcance das publicações nas redes sociais. A equipe acompanha métricas como o número de curtidas, comentários, compartilhamentos, visualizações e o alcance de cada post. Essa análise permite ajustar as estratégias e melhorar a interação com os seguidores, com respostas rápidas a comentários e mensagens diretas. Esse diálogo constante visa fortalecer a comunidade em torno da Ciência Aberta, tornando as redes sociais não apenas um espaço de divulgação, mas também de colaboração.

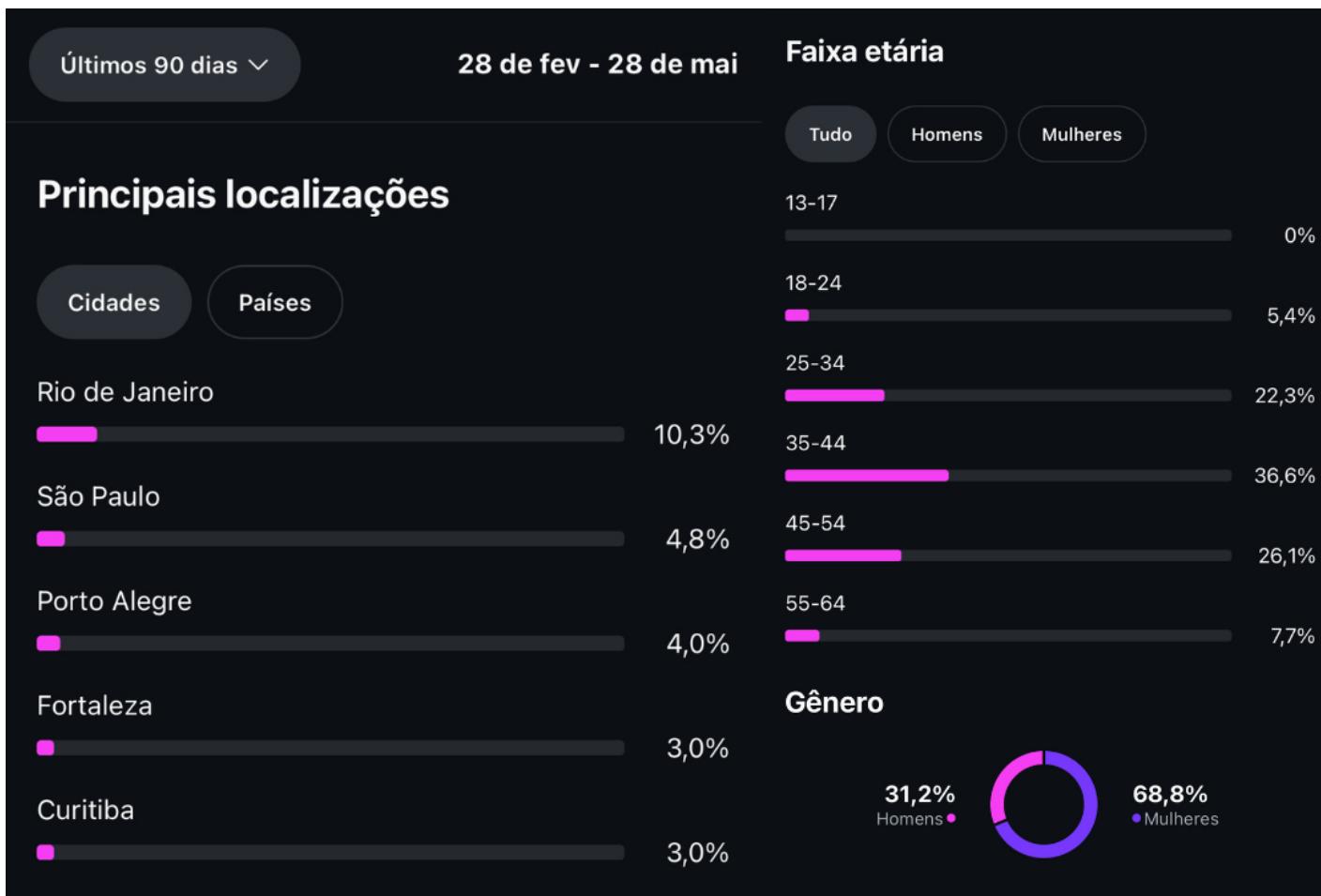
²¹ Disponível em: <https://linktr.ee/>.

²² Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=hkKvNor3gCs>



Outra forma de melhorar a interação com os seguidores é visualizar o perfil do público através do painel profissional, disponível no Instagram e no Facebook. Através dele é possível obter informações como as principais localizações, a idade e o gênero dos seguidores.

Figura 7 - Métricas ligadas aos seguidores do perfil @cienciaabrtabrasil no Instagram



Fonte: Painel profissional do perfil @cienciaabrtabrasil no Instagram (2025).

Ao analisar a Figura 7, nota-se que: o público do Instagram é predominantemente de São Paulo e do Rio de Janeiro, está, em sua maioria, na faixa dos 35 a 44 anos e é, predominantemente, do gênero feminino. O exato perfil de seguidores se repete no Facebook, demonstrando uma consistência no público nas duas principais redes sociais do @cienciaabrtabrasil. Essas informações são utilizadas para definir estratégias de divulgação.

Outra estratégia importante são as parcerias com outros perfis correlatos. Com a maturidade das postagens e o mapeamento de outros perfis que tratam de temáticas relativas à Ciência Aberta, a equipe passou a investir em publicações em colaboração, quando um mesmo post aparece em dois ou mais perfis distintos. Até o momento foram feitas postagens colaborativas com aproximadamente 11 perfis (Ibict; Biblioteca do Ibict; Rede Moara; Repositórios brasileiros; Doaj; Biredial; INCT - Ciência cidadã; Confoa; ABEC; Revista Biblios; Revista Ciência da Informação, entre outros perfis de universidades e pesquisadores), que foram importantes



para fortalecer a comunicação com a comunidade sobre Ciência Aberta, ampliar o alcance e a divulgação das postagens e do perfil @cienciaabertabrasil.

No que diz respeito às publicações em colaboração, é oportuno pontuar que nem todas elas são feitas pela equipe do @cienciaabertabrasil. Há casos em que os perfis elaboram seus próprios materiais de divulgação e incluem o @cienciaabertabrasil em colaboração no momento da postagem, por entenderem que o conteúdo publicado tem relação. Esses casos ocorrem especialmente com perfis de divulgação de eventos científicos que trabalham com a temática de Ciência Aberta, como o @biredial_istec e @confoa.ciencia.aberta.

Para o planejamento das postagens a equipe utiliza da ferramenta de gestão Trello, criando cards mensais com o detalhamento de cada postagem, incluindo data de postagem, perfis que serão incluídos em colaboração, a existência ou não de alguma matéria jornalística complementar à postagem, o responsável pela elaboração das artes, etc. A utilização dessa ferramenta tem se mostrado indispensável, uma vez que ela torna possível o planejamento a longo prazo, permitindo, inclusive, a organização da postagem de conteúdos específicos em datas estratégicas. Complementarmente a equipe também utiliza um canal de mensagens instantâneas, o Slack, que permite comunicação célere entre os gestores do perfil. É através do Slack que a equipe discute as artes que serão publicadas, elaboração de legendas, definição de horários que as postagens serão feitas, etc.

Após todos esses trabalhos de reestruturação e divulgação, os perfis do @cienciaabertabrasil passaram por um crescimento significativo, tanto em engajamento quanto seguidores, sendo que esse crescimento tem acontecido de forma orgânica, sem a utilização de ferramentas de impulsos pagos ou estratégias de anúncios patrocinados. Em novembro de 2024, o perfil do Instagram alcançou o marco de 1.000 seguidores, pouco tempo depois do anúncio de reformulação do perfil em março do mesmo ano. Atualmente tanto o perfil do Instagram como do LinkedIn possuem mais de 2.000 seguidores, enquanto o do Facebook ultrapassa os 7.000. O marco de 2.000 seguidores no Instagram foi alcançado em abril de 2025, cinco meses depois do primeiro marco. Com relação ao engajamento, o perfil do Instagram contou com mais de 2.000 visitas entre novembro de 2024 e fevereiro de 2025 (Figura 8). Além disso, os links fornecidos foram acessados mais de 1.000 vezes, indicando um interesse da comunidade em saber mais sobre os conteúdos.



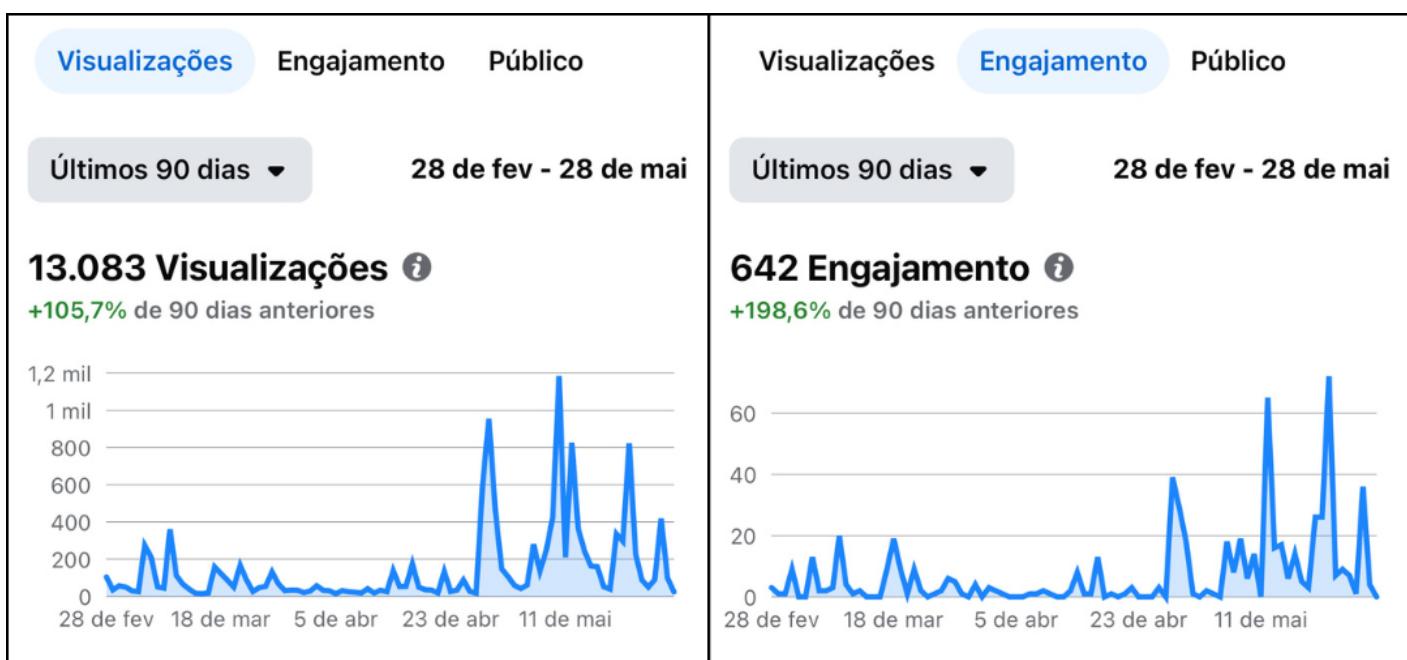
Figura 8 - Atividades do perfil no Instagram entre novembro de 2024 e fevereiro de 2025



Fonte: Painel profissional do perfil @cienciaabertabrasil no Instagram (2025).

Já no Facebook, o perfil contou com mais de 10.083 visualizações entre 28 de fevereiro e 28 de maio de 2025 e apresentou um engajamento equivalente a 642 (reações, comentários, compartilhamentos e cliques) (Figura 9). Não foi possível fazer uma comparação com o período anterior à reestruturação do perfil devido aos limites dos painéis profissionais das redes sociais, que só disponibilizam as métricas dos últimos 90 dias.

Figura 9 - Visualizações e engajamento do perfil no Facebook entre fevereiro e maio de 2025



Fonte: Painel profissional do perfil @cienciaabertabrasil no Facebook (2025).



Outras métricas fornecidas pelas redes sociais e que são pertinentes de serem analisadas neste trabalho são aquelas referentes às postagens com maior número de visualizações, focando-se aqui nos insights sobre o conteúdo publicado no Instagram nos últimos 90 dias (Figura 10).

Figura 10 - Postagens com maior número de visualizações do perfil @cienciaabertabrasil no Instagram

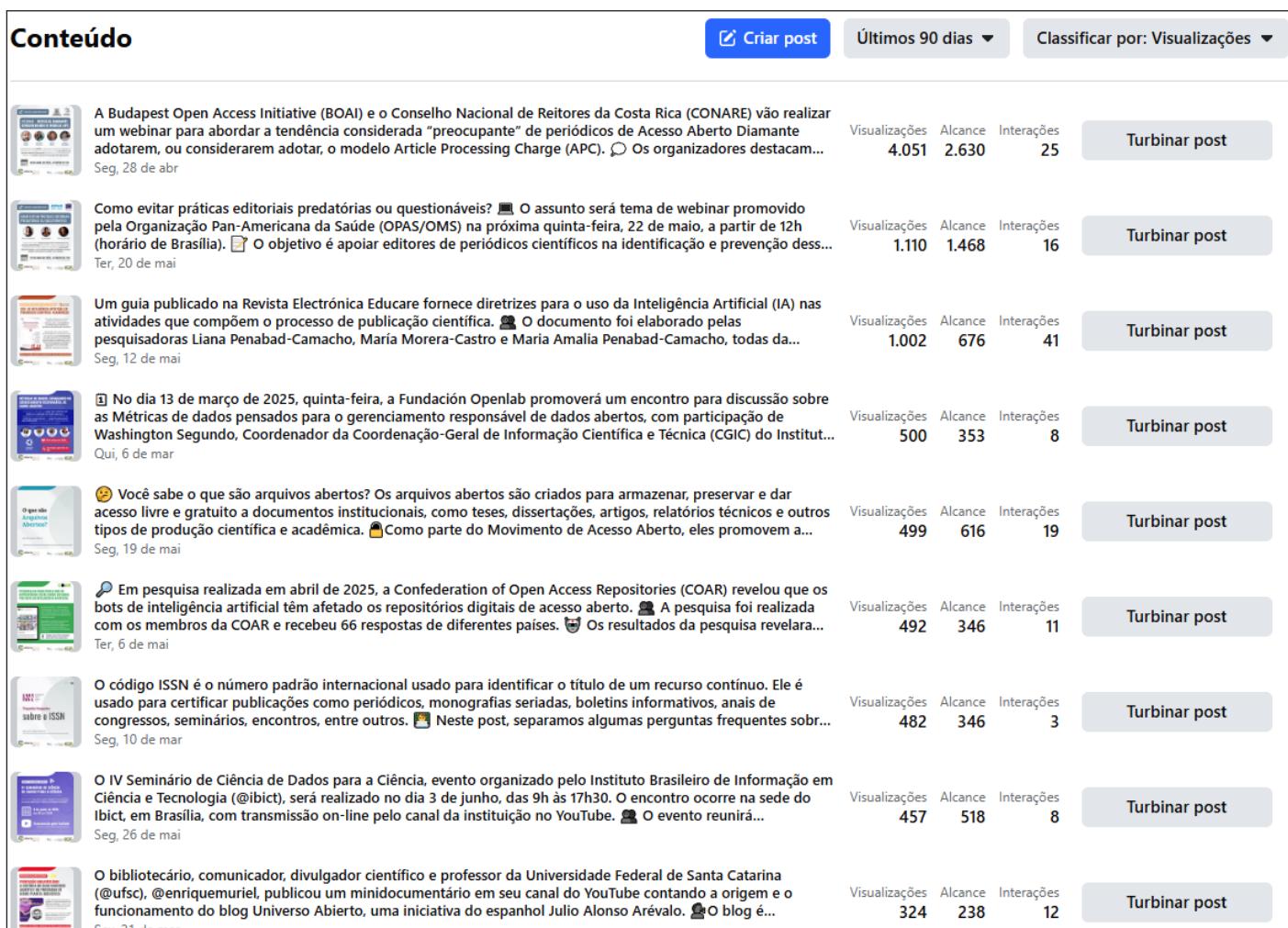


Fonte: Painel profissional do perfil @cienciaabertabrasil no Instagram (2025).



A análise das postagens com maiores visualizações nos últimos 90 dias aponta para a heterogeneidade das temáticas que mais despertam interesse na comunidade. A postagem com mais visualizações, sobre um webinar que discutiu práticas editoriais predatórias, reforça a importância desse debate no âmbito da comunicação científica e da própria Ciência Aberta, atingindo mais de 21.000 visualizações. Além disso, destacam-se postagens de divulgação de dois livros sobre Ciência Aberta, do Seminário de Ciência de Dados para a Ciência, de um guia de uso de inteligência artificial para revistas científicas, da chamada de trabalhos para o encontro anual da Rede Brasileira de Repositórios Digitais (RBRD), dentre outros. A amplitude dessas temáticas reforça e auxilia a gestão do perfil, uma vez que indica para os gestores a diversidade de assuntos ligados à Ciência Aberta que despertam interesse nos seguidores.

Figura 11 - Postagens com maior número de visualizações do perfil @cienciaabertabrasil no Facebook



Fonte: Painel profissional do perfil @cienciaabertabrasil no Facebook (2025).

Ao analisar os mesmos dados do Facebook (Figura 11), nota-se uma diferença das publicações mais vistas, apesar de alguns posts se repetirem como a divulgação do webinar que discutiu práticas editoriais predatórias (1.100 visualizações) e do Seminário de Ciência de Da-



dos para a Ciência (457 visualizações). O post sobre uso da inteligência artificial para revistas científicas também teve destaque no Facebook com 1.002 visualizações. Isso demonstra que o interesse do público pode variar entre os diferentes perfis do @cienciaabertabrasil, apesar de existirem tópicos que engajam bem, tanto no Instagram quanto no Facebook. Análises como essa auxiliam na seleção de temáticas para postagens futuras.

Por fim, é importante destacar as limitações enfrentadas durante a análise dos painéis profissionais das redes sociais estudadas. Embora tenha sido feita a tentativa de utilizar períodos de análise semelhantes para todas as plataformas, isso nem sempre foi possível, dado que os períodos disponibilizados por cada rede variam e são constantemente atualizados. Ainda assim, buscou-se, sempre que possível, alinhar as datas analisadas de forma a garantir uma comparação mais justa e coerente entre os dados coletados.

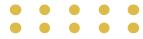
CONSIDERAÇÕES FINAIS

A experiência de reestruturação do perfil @cienciaabertabrasil evidencia o potencial das mídias sociais como instrumentos estratégicos para o fortalecimento da comunicação científica institucional voltada à Ciência Aberta. Vinculada ao Ibict, a iniciativa destaca-se por articular ações coordenadas de curadoria, design informacional, produção de conteúdo original e monitoramento contínuo de métricas, consolidando-se como uma prática relevante na mediação entre ciência e sociedade.

A construção de uma presença digital ativa e planejada tem permitido fortalecer o diálogo com diferentes públicos, divulgar iniciativas institucionais e aumentar o engajamento em torno do tema. A ampliação do escopo do perfil, refletida na mudança de identidade visual e na presença multiplataforma (Instagram, Facebook, X e LinkedIn), representa um marco no repositionamento do perfil enquanto instrumento institucional de disseminação de informações sobre Ciência Aberta no Brasil.

As ações desenvolvidas, que vão desde a criação de uma nova identidade visual até o monitoramento constante das métricas de desempenho, mostram a importância de práticas comunicacionais acessíveis e interativas para ampliar o alcance da informação científica. O uso de ferramentas de gestão, a atuação multiprofissional e a formação de parcerias têm ampliado o alcance da iniciativa, promovendo maior aproximação entre pesquisadores, profissionais da informação e a sociedade em geral.

É importante destacar as limitações enfrentadas na análise dos painéis profissionais das redes sociais, especialmente no que diz respeito à padronização dos períodos de coleta de dados. As plataformas oferecem períodos de consulta distintos e, por vezes, incompatíveis entre si, o que impõe desafios à comparação direta dos resultados. Ainda assim buscou-se alinhar as datas de análise sempre que possível, a fim de garantir a maior coerência e precisão possíveis



na interpretação dos dados.

Nesse sentido, os achados desta pesquisa reforçam a centralidade da comunicação na consolidação da Ciência Aberta e apontam caminhos metodológicos e estratégicos para outras instituições públicas interessadas em fomentar ecossistemas digitais de ciência mais transparentes, inclusivos e democráticos. A experiência do @cienciaabertabrasil mostra que, para além da produção e disseminação de conteúdos, a gestão estratégica de perfis demanda um compromisso e esforço contínuo e rotineiro, que perpassa desde a curadoria de conteúdos de qualidade até o monitoramento de métricas, o que permite entender o que mais tem gerado interesse no público-alvo.

BIBLIOGRAFÍA

Austin, D. (2023, July 3). *ICYMI 2023 Internet Minute Infographic by eDiscovery Today and LTMG!: eDiscovery Trends*. eDiscovery Today. <https://ediscoverytoday.com/2023/07/03/icymi-2023-internet-minute-infographic-by-ediscovery-today-and-ltmg-ediscovery-trends/>.

Braga, J. L. (2010). Comunicação é aquilo que transforma linguagens. *Alceu*, 10(20), 41-54. https://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Braga.pdf.

Chaves, D. A. L., & Bisset Alvarez, E. (2023). Scientific divulgation before the post-truth and the crisis of credibility of science in the context of Digital Humanities. *TransInformação*, 35(e237317), 1-16. <https://doi.org/10.1590/2318-0889202335e2377317>.

Guimarães, M. V. A., Reis, M. F., & Freire, G. H. A. (2024). *Possíveis convergências entre a divulgação científica e a competência científica: Um estudo exploratório* [Modalidade: Trabalho Completo]. XXIV Encontro Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciência da Informação, Vitória/ES. <https://enancib.ancib.org/index.php/enancib/xxivenancib/paper/view/2330>.

Martelete, R. M. (2001). Análise de redes sociais: Aplicação nos estudos de transferência da informação. *Ciência da Informação*, 30(1), 71-81. <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/940>.

Oliveira, S. S., Silveira, T. A., & Araújo, M. L. F. (2024). Elementos discursivos e estéticos em textos de divulgação científica. *Revista Principia*, 61(4), 857-873. <https://doi.org/10.18265/1517-0306a2022id7281>.

Pereira, C. A. M., & Herschmann, M. (2005). Metodologia e ações estratégicas no campo da Comunicação e da cultura visando desenvolvimento local sustentável. *Organicom*, 2(3), 10-27. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2005.138895>.

Rocha, S. S. D. (2022). *Ecossistema virtual de ensino: Formação e prática docente no ensino remoto de ciências com apporte da sequência Fedathi*. [Tese de Doutorado, Universidade Federal do Ceará]. Repositório Institucional UFC. <https://repositorio.ufc.br/handle/riufc/71870>.



Santos, F. C., & Cypriano, C. P. (2014). Redes sociais, redes de sociabilidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, 29(85), 63-78. <https://doi.org/10.1590/S0102-69092014000200005>.

Tomaél, M. I., Alcará, A. R., & Di Chiara, I. G. (2005). Das redes sociais à inovação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, 34(2), 93-104. <https://doi.org/10.1590/S0100-19652005000200010>.

Yin, R. K. (2015). *Estudo de caso: Planejamento e métodos*. (C. M. Herrera, Trans.; 5. ed.). Bookman.

ANEXO 1

RESUMEN BIOGRÁFICO DE LOS AUTORES

Blena Estevam dos Santos

Bacharela em Biblioteconomia pela Universidade de Brasília (UnB). Atua como bibliotecária e pesquisadora no Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict).

Fhillipe de Freitas Campos

Bacharel em Biblioteconomia (2018) e Mestrando em Ciência da Informação (2023-2025) pela Universidade de Brasília (UnB). Atua como Analista de Gestão da Informação (Bibliotecário) e Pesquisador no Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict).

Letícia Guarany Bonetti

Bacharela em Biblioteconomia (2019) pela Universidade de Brasília (UnB) e Mestre em Ciência da Informação (2023) pela Universidade Federal de São Carlos (UFSCar). Atua como bibliotecária e pesquisadora no Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict).

Priscila Machado Borges Sena

Doutora e Mestra em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Bibliotecária pela Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT). Professora adjunta da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Pesquisadora no Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict).

Cairê Antunes Dantas

Graduando em Jornalismo na Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Atua como Assistente de Pesquisa no Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (Ibict).



ANEXO 2

REQUERIMIENTOS DE EQUIPO TÉCNICO PARA LA PRESENTACIÓN DE LA PONENCIA

Será necessário um computador e um projetor multimídia para exibir a apresentação.