






Divulgação científica no *Instagram*: análise do primeiro ano do perfil do periódico @ciads_direitosanitario

Sandra Mara Campos Alves¹; Daphne Sarah Gomes Jacob Mendes¹
Layane dos Santos Silva¹

¹Fundação Oswaldo Cruz, Programa de Direito Sanitário, Brasília, DF, BR

*Autor correspondente: sandra.alves@fiocruz.br

Resumo: As redes sociais, criadas inicialmente para o contato entre amigos e familiares, ganharam protagonismo na vida dos sujeitos como um espaço multifacetado de comunicação e divulgação de temas, incluindo a comunicação científica. O objetivo do estudo foi analisar o desempenho do primeiro ano do perfil do periódico *Cadernos Ibero-Americanos de Direito Sanitário* no *Instagram*, com vistas a identificar as formas de comunicação que geraram mais interação com o público. Tratou-se de um estudo de caso, exploratório e analítico. Os resultados contabilizaram 111 publicações, que foram divididas em cinco categorias principais: i) Divulgação de conquistas e atualizações da Revista; ii) Efemérides; iii) Artigos científicos; iv) Divulgação de chamadas e eventos; e, v) Lançamento de novas edições. Foram analisadas as métricas de engajamento e interação através da ferramenta '*Instagram Insights*'. Os achados demonstram que o uso das redes sociais pode se configurar como mecanismo potente de divulgação científica e que há um público interessado em acessar o conteúdo. Portanto, é necessário que os periódicos se apresentem ativamente nesses espaços, com ações de *marketing* digital estruturadas, dinâmicas, com observância de critérios de inclusão e acessibilidade.

Palavras-chave: comunicação e divulgação científica; mídias sociais; direito sanitário.

Science communication on Instagram: analysis of the first year of the journal profile @ciads_direitosanitario

Abstract: Social media platforms, initially created to facilitate contact among friends and family, have gained prominence in people's lives as a multifaceted space for communication and the dissemination of various topics, including scientific communication. The aim of this study was to analyze the performance of the first year of the *Cadernos Ibero-Americanos de Direito Sanitário* journal's Instagram profile, with the goal of identifying the types of communication that generated the most audience interaction. This was an exploratory and analytical case study. The results accounted for 111 posts, divided into five main categories: (i) dissemination of the journal's achievements and updates; (ii) commemorative dates; (iii) scientific articles; (iv) promotion of calls and events; and (v) release of new issues. Engagement and interaction metrics were analyzed using the "Instagram Insights" tool. The findings demonstrate that the use of social media can serve as a powerful mechanism for scientific dissemination and that there is an audience interested in accessing such content. Therefore, it is essential that journals maintain an active presence on these platforms, with structured and dynamic digital marketing strategies that adhere to inclusion and accessibility criteria.

Keywords: scientific communication and diffusion; social média; health law.



Associação Brasileira de Editores Científicos (ABEC Brasil)

<https://doi.org/10.21452/abecmeeting2025.281>

Esta obra está sob licença Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional

Divulgação científica em Instagram: análise do primeiro ano do perfil de la revista @ciads_direitosanitario

Resumen: Las redes sociales, creadas inicialmente para facilitar el contacto entre amigos y familiares, han ganado protagonismo en la vida de las personas como un espacio multifacético de comunicación y difusión de diversos temas, incluida la comunicación científica. El objetivo de este estudio fue analizar el desempeño del primer año del perfil en Instagram de la revista *Cadernos Ibero-Americanos de Direito Sanitário*, con el fin de identificar las formas de comunicación que generaron mayor interacción con el público. Se trató de un estudio de caso, exploratorio y analítico. Los resultados contabilizaron 111 publicaciones, divididas en cinco categorías principales: (i) divulgación de logros y actualizaciones de la revista; (ii) efemérides; (iii) artículos científicos; (iv) promoción de convocatorias y eventos; y (v) lanzamiento de nuevos números. Las métricas de participación e interacción se analizaron mediante la herramienta "Instagram Insights". Los hallazgos demuestran que el uso de las redes sociales puede configurarse como un potente mecanismo de divulgación científica y que existe un público interesado en acceder a este tipo de contenido. Por lo tanto, es necesario que las revistas mantengan una presencia activa en estos espacios, con estrategias de marketing digital estructuradas y dinámicas, que observen criterios de inclusión y accesibilidad.

Palabras clave: comunicación y divulgación científica; medios de comunicación sociales; derecho sanitario.

1 Introdução

As redes sociais, criadas inicialmente para o contato entre amigos e familiares, ganharam protagonismo na vida dos sujeitos e passaram a constituir um espaço multifacetado de comunicação, divulgação e construção de *networks* (Petropouleas, 2018).

O Relatório Global de Estatísticas Digitais (2024) apontou que o uso das mídias sociais atingiu o total global de 5,07 bilhões de pessoas que usam esse espaço para acessar informações e se conectar. Entre as plataformas mais utilizadas, o *Instagram* figura em terceiro lugar do *ranking* de maior afinidade do público, e já conta com mais de 2 bilhões de usuários (Kemp, 2024).

Nesse cenário, a comunicação e divulgação científica assumem um papel cada vez mais desafiador: o de se inserir e se consolidar nas redes sociais públicas de forma atrativa e comunicativa, sem, porém, perder o rigor científico. Por isso os periódicos científicos vêm intensificando a utilização das redes sociais como canais de difusão do conhecimento, proporcionando um impacto comunicativo superior aos mecanismos tradicionais de publicação (Pinto; Antunes; Almeida, 2020; Bonow *et al.*, 2024).

A perspectiva de tornar o conhecimento científico mais democrático e presente nesses espaços, tem o condão de romper com práticas tradicionais de divulgação, que podem causar distanciamento e superioridade dos pesquisadores para com o público não acadêmico (Cruz; Pereira, 2024).

O periódico científico *Cadernos Ibero-Americanos de Direito Sanitário* (CIADS), editado pelo Programa de Direito Sanitário da Fundação Oswaldo Cruz de Brasília desde 2012, criou sua página oficial no *Instagram* em abril de 2024 (@ciads_direitosanitario), como estratégia de divulgação do conhecimento científico em uma rede social.

O objetivo central deste estudo é analisar o desempenho do primeiro ano do

perfil do CIADS no *Instagram*, com vistas a identificar as formas de comunicação que geraram mais interação com o público.

2 Metodologia

Trata-se de um estudo de caso exploratório e analítico, do perfil @ciads_direitosanitario na plataforma *Instagram* (Gil, 2019; Yin, 2015).

A amostra foi constituída pelas publicações no *feed* do perfil realizadas no período de abril de 2024 a abril de 2025, correspondendo ao primeiro ano da conta na plataforma. A coleta de dados ocorreu entre os dias 1º e 7 de maio de 2025, diretamente no perfil, no painel '*Insights*', que contém as tendências gerais entre os seguidores e o desempenho do conteúdo do perfil, considerando o número de curtidas, comentários, compartilhamento e salvamentos da publicação (*Instagram*, 2025). Os dados foram sistematizados em uma planilha no formato Microsoft Excel (.xlsx), organizada em colunas que indicavam o título, a data, o formato da postagem, o assunto principal e as métricas de interação e engajamento dos seguidores em cada publicação. Após, realizou-se uma análise crítica do conteúdo de cada postagem.

3 Resultados e discussão

Durante o período de análise, contabilizou-se 111 publicações, divididas em cinco categorias principais: i) Divulgação de conquistas e atualizações da Revista; ii) Efemérides; iii) Artigos científicos; iv) Divulgação de chamadas e eventos; e, v) Lançamento de novas edições. As métricas quanto ao nº publicações, curtidas, comentários, compartilhamentos e salvamentos foram sistematizadas por categorias, cujo resultado apresenta-se na Tabela 1.

Tabela 1. Publicações e métricas de desempenho do CIADS no *Instagram* (2024–2025)

CATEGORIA DE PUBLICAÇÃO	MÉTRICAS TOTAIS				
	Nº Publicações	Nº Curtidas	Nº Comentários	Nº Compartilhamentos	Nº Salvamentos
Divulgação de conquistas e atualizações da Revista	41	1360	917	257	90
Efemérides	37	361	2	66	8
Artigos científicos	21	720	50	105	56
Divulgação de chamadas e eventos	7	156	1	39	12
Lançamento de novas edições	5	215	13	25	25
TOTAL	111	2812	983	492	191

Fonte: elaboração das autoras.

As publicações apresentavam formatos variados - imagem única, carrossel de imagens e vídeos curtos - o que possibilitou constatar a diversidade de estratégias comunicacionais. A estética desse conteúdo constituiu-se em uma apresentação intencional de elementos visuais que moldam a aparência geral dos perfis da rede social e permite a divulgação de conteúdo dinâmico, atrativos, e que proporcionam maior interação com o público (Later, 2025).

A categoria "Divulgação de conquistas e atualizações" foi a mais recorrente nas publicações do perfil (36,9%) e obteve o maior volume de interações com o público em quase todos os indicadores. As publicações, em imagem única e/ou carrossel, veiculavam informações sobre a revista – suas normas, escopo e apresentação da equipe editorial. Este dado reforça os achados de Fernandes e Thomé (2023) que há um público interessado e com potencial para o consumo de divulgação científica na plataforma, sendo necessário que os periódicos se apresentem ativamente nesse meio digital.

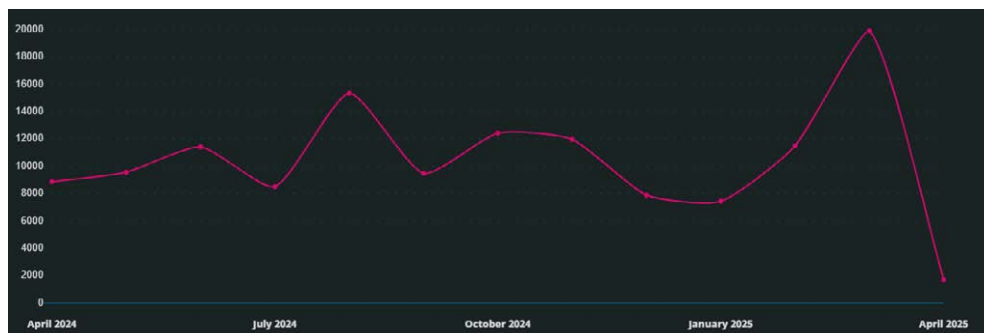
As 'Efemérides', utilizadas para divulgar artigos do CIADS cuja temática se relacionava à data histórica, apresentaram frequência relevante (33,3%), mas um baixo número de comentários (n=2) e salvamentos (n=8) por parte dos seguidores. Tal parâmetro pode ser atribuído à saturação do conteúdo visto que os artigos já haviam sido previamente publicados e divulgados.

A categoria "Artigos científicos" ocupa posição intermediária em termos de publicações (18,9%), com métricas expressivas em curtidas (n=720) e compartilhamentos (n=105), o que demonstra o interesse do público pelo material, incluindo a indicação do material para outros leitores. Destaca-se nessa categoria o formato de vídeos curtos, em que os autores apresentam uma síntese do artigo e convidam o público a acessar o material na íntegra. O vídeo é legendado em português, demonstrando a preocupação do periódico com o aspecto de acessibilidade.

A estratégia se aproxima dos achados do estudo de Mandiá-Rubal e colaboradores (2019), que atestou que pesquisadores proativos em plataformas digitais e que fomentam a divulgação de seus estudos, possuem índices mais elevados e trazem maior visibilidade ao conteúdo que produzem.

Identificou-se ainda uma relação direta entre as datas das peças de divulgação no *Instagram* do CIADS e o aumento no tráfego no sítio oficial da revista (Figura 1), refletido um maior número de visitas, demonstrando que as estratégias de divulgação causam um impulsionamento no conteúdo do CIADS.

Figura 1: Métricas de acesso à página do CIADS, fornecidas pelo Open Journal Systems, no período de 04/04/2024 a 04/04/2025



Fonte: Open Journal Systems CIADS, acessado em 26 set. 2025.

Por outro lado, a categoria “Divulgação de chamadas e eventos” foi a que apresentou o desempenho mais modesto em termos de engajamento, apesar de ainda funcionar como uma ação de *marketing* digital que amplia a rede de relacionamentos do campo do Direito Sanitário e consolida seu espaço de interação e divulgação (Costa *et al.*, 2016).

4 Considerações finais

Os dados demonstram que o uso das redes sociais por periódico científico pode se configurar como uma estratégia potente de divulgação científica, ao ampliar o alcance da divulgação de estudos e pesquisas para públicos diversos, sobretudo quando os conteúdos são apresentados em formatos dinâmicos e alinhados aos critérios de inclusão e acessibilidade.

O estudo apresenta limitações por se basear na análise de um único perfil. Contudo, oferece uma visão geral, de um processo em construção visto que é só o primeiro ano do perfil do periódico, que aponta para novas formas de comunicar a ciência e democratizar o conhecimento.

Contribuição dos autores

Sandra Mara Campos Alves: Conceituação, Supervisão, Escrita – Revisão e Edição

Daphne Sarah Gomes Jacob Mendes: Conceituação, Curadoria de Dados, Escrita – Primeira Redação e Escrita - Revisão e Edição.

Layane dos Santos Silva: Metodologia, Curadoria de Dados, Escrita- Primeira Redação.

Referências

ALVES, Sandra Mara Campos; CUNHA, Jarbas Ricardo Almeida; LAMY, Marcelo; RAMOS, Edith Maria Barbosa. Acesso Aberto e Democratização do Saber: garantia do direito humano de beneficiar-se do progresso científico. **Cadernos Ibero-Americanos de Direito Sanitário**, v. 14, n. 1, p. 08-12, 2025. Disponível em: <https://www.cadernos.prodisa.fiocruz.br/index.php/cadernos/article/view/1361>. Acesso em: 5 ago. 2025.

BONOW, Clarice Alves; PORTO, Adrize Rutz; RICCI, Adriele Peres Ramos; CASARIN, Sidneia Tessme; CEOLIN, Teila. Estratégias de engajamento nas mídias sociais: estudo métrico do Journal of Nursing and Health. **ABEC Brasil**, 2024. Disponível em: <https://ojs.abecbrasil.org.br/abec/article/view/239>. Acesso em: 05 ago. 2025.

CADERNOS IBERO-AMERICANOS DE DIREITO SANITÁRIO. **Sobre a Revista**. Brasília: Programa de Direito Sanitário, Fundação Oswaldo Cruz, 2025. Disponível em: <https://www.cadernos.prodisa.fiocruz.br/index.php/cadernos/about>. Acesso em: 05 ago. 2025.

CRUZ, Naiara Gonçalves Corrêa da; PEREIRA, Zilene Moreira. Ciência no Instagram: Análise da Divulgação Científica no Universo dos Likes e Reels. **Cadernos Cajuína**, v. 9, n. 4, 2024. Disponível em: <https://v3.cadernoscajuina.pro.br/index.php/revista/article/view/352>. 5 ago. 2025.

COSTA, Luciana Ferreira da; ANDRADE, Robéria de Lourdes de Vasconcelos; SILVA, Alan Curcino Pedreira da; DUARTE, Emeide **Nóbrega; SOUZA, Ana Cleide Patrício de. O uso de mídias sociais por revistas científicas da área da Ciência da Informação para ações de marketing digital. Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina, Florianópolis**, v. 21, n. 2, p. 338-358, 2016. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1159>. Acesso em: 25 ago. 2025.

FERNANDES, G. O.; THOMÉ, R. G. Análise do Instagram como mecanismo de divulgação de periódicos científicos da área de biotecnologia. **Acta Scientiarum. Human and Social Sciences**, v. 44, n. 3, p. e67338, 10 ago. 2023. Disponível em: <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/ActaSciHumanSocSci/article/view/67338>. Acesso em: 26 set. 2025.

GIL, Ana Cláudia. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2019. Disponível em: <https://ayanrafael.com/wp-content/uploads/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9nicas-de-pesquisa-social.pdf>. Acesso em: 21 ago. 2025.

INSTAGRAM. About Instagram Insights. Instagram Help. Disponível em: <https://help.instagram.com/788388387972460>. Acesso em: 22 ago. 2025.

KEMP, Simon. **Digital 2024: April Global Statshot Report** [Internet]. DataReportal, 2024. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-april-global-statshot>. Acesso em: 21 ago. 2025.

LATER. **Social Media Glossary & Definitions**. Later. Disponível em: <https://later.com/social-media-glossary/>. Acesso em: 22 ago. 2025.

MANDIÁ-RUBAL, Sara; LÓPEZ-ORNELAS, Maricela; TÚÑEZ-LÓPEZ, José Miguel. La implantación de internet en la gestión de perfiles profesionales en investigación científica. **Texto Livre**, Belo Horizonte-MG, v. 12, n. 3, p. 144–167, 2019. DOI: 10.17851/1983-3652.12.3.144-167. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/textolivres/article/view/16861>. Acesso em: 26 set. 2025.

PETROPOULEAS, Suzana. Redes sociais, o novo locus da ciência. **Jornal da UNICAMP**. São Paulo, 26 jun. 2018. Disponível em: <https://unicamp.br/unicamp/ju/noticias/2018/06/26/redes-sociais-o-novo-locus-da-ciencia/>. Acesso em: 05 ago. 2025.

PINTO, Pâmela; ANTUNES, Maria João; ALMEIDA, Ana Margarida. *Instagram* como ferramenta de comunicação em saúde pública: uma revisão sistemática. In: **IBERIAN CONFERENCE ON INFORMATION SYSTEMS AND TECHNOLOGIES (CISTI)**, Seville, Spain, 2020. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/342966660_Instagram_as_a_communication_tool_in_public_health_a_systematic_review/citations. Acesso em: 5 ago. 2025.

YIN, Robert. Knox. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 5. ed. Porto Alegre: Bookman, 2015. Tradução de Cristhian Matheus Herrera. 290 p. Disponível em: <https://ria.ufrn.br/jspui/handle/123456789/943>. Acesso em: 30 jul. 2025. ISBN 978-85-8260-231-7.