



(255) Redes sociais on-line para divulgação científica: estudo de caso da Revista Brasileira de Cancerologia

<https://doi.org/10.21452/abecmeeting2024.255>

✉ Leticia Casado - leticiac@inca.gov.br

✉ Taís Facina - tfacina@inca.gov.br

Problema:

Revolução tecnológica → novas formas de comunicação (internet, redes sociais).

Introdução:

Dados do Brasil:

- 86% da população conectada
- 66,3% da população com perfil em redes sociais
- 3º país do mundo com mais tempo gasto em redes sociais (em média 3h37).

Objetivo:

Analisar o uso das redes sociais na divulgação científica.

Metodologia:

- Estudo de caso descritivo.
- Período: setembro/2023 a agosto/2024

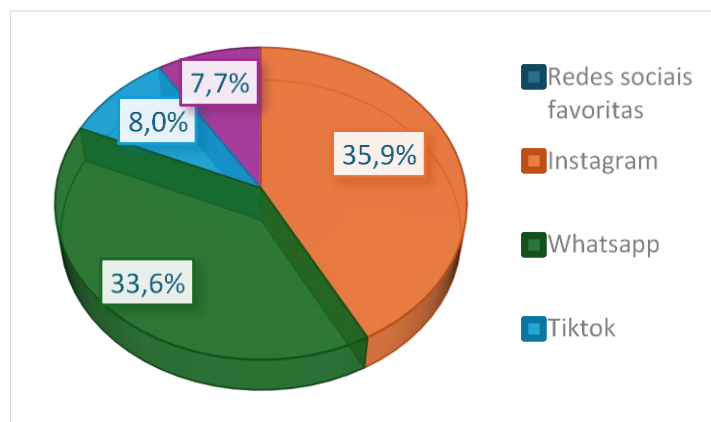


Gráfico 1 – Redes sociais favoritas dos brasileiros
Fonte: *We are social & Metwater, 2024*

Resultados:

2018 - Criação Facebook, Instagram, Twitter.

Setembro/ 2023 - Profissional para redes sociais (análise e novas estratégias).

2024 - Criação Lindekl.

Crescimento no Instagram (jan a ago/2024)

- Seguidores: de 500 para 994
- Média de alcance: de 300 para 10,2 mil
- Interações: de 0 para 1,7 mil

Análise de conteúdo e tipos de postagens

- Vídeos com entrevistas e depoimentos e *reels* geram grande alcance
- Parcerias e *collabs* aumentam o alcance e o engajamento

Considerações finais:

Planejamento estratégico digital para a comunicação científica pode transformar as redes sociais em uma ponte entre o saber científico e a sociedade.