

RESUMO SIMPLES - ESTRATÉGIAS E PRÁTICAS EM DIVULGAÇÃO
CIENTÍFICA EM SAÚDE

**ENTRE LIKES E SABERES: MÍDIAS SOCIAIS COMO FERRAMENTA DE
DIVULGAÇÃO CIENTÍFICA, UMA EXPERIÊNCIA NA PROMOÇÃO DE
EVENTO ACADÊMICO EM SAÚDE NO FORTALECIMENTO DO TRIPÉ
ACADÊMICO.**

Caio Bruno Rodrigues Martins (caiobruno@alu.ufc.br)

Gabriela Araujo Freire (gabrielaafreire@alu.ufc.br)

Fernanda Beatriz Pessoa Gomes (fernandabeatrizpessoa@alu.ufc.br)

Juliana Lícia Rabelo Cavalcante (julianalicia1@gmail.com)

Mauricio Gabriel Barros Perote (gabrielperothe@gmail.com)

Adryelson Da Silva De Sousa (adryelsonsousa@alu.ufc.br)

Marisa Jadna Silva Frederico (marisafrederico@ufc.br)

As plataformas digitais transformaram a forma de comunicar ciência, tornando-se aliadas estratégicas na promoção de eventos acadêmicos. Entre elas, o Instagram destaca-se pela ampla popularidade, apelo visual e alta capacidade de engajamento com diferentes públicos, enquanto o YouTube favorece a difusão de conteúdos aprofundados e acessíveis em larga escala. O uso dessas mídias sociais na divulgação científica amplia o alcance das atividades acadêmicas, aproxima sociedade e universidade e fortalece a indissociabilidade do tripé acadêmico: ensino, pesquisa e extensão. Este trabalho teve como objetivo analisar as métricas de engajamento e alcance das

postagens realizadas nas mídias sociais durante a divulgação de um evento científico promovido pelo Laboratório de Farmacologia Bioquímica, com foco na promoção das inscrições e na efetividade da comunicação científica. O evento “Plataforma de Eletrofisiologia e Eletroporação para Uso Pré-Clínico e Clínico”, realizado em 05/08/2025, foi planejado para integrar ensino, pesquisa e extensão, promovendo a disseminação de conhecimento técnico-científico a diferentes públicos. A divulgação foi realizada exclusivamente por meio do Instagram (@lfb.ufc), evidenciando que o uso estratégico de uma única plataforma digital pode gerar elevado engajamento e ampla disseminação das informações do evento. As inscrições ocorreram via formulário eletrônico, garantindo acessibilidade e rastreabilidade dos participantes. O evento foi conduzido em formato híbrido, combinando o encontro presencial no Núcleo de Pesquisa e Desenvolvimento de Medicamentos (NPDM) à transmissão on-line pelo YouTube, o que ampliou o alcance para além do público local. Como estratégia de engajamento, um dia antes do evento foi publicado um Reels dinâmico no formato Motion Design, com linguagem visual e textual adaptada para estimular interações. Foram coletadas e analisadas métricas de alcance, visualizações, compartilhamentos e interações das postagens, permitindo avaliar a efetividade do uso de mídias digitais na divulgação científica. As publicações alcançaram 1.558 contas no Instagram, com predominância do público de 18 a 34 anos (60% mulheres e 40% homens). O formulário de inscrição registrou 110 respostas, enquanto o canal do YouTube contabilizou 161 inscritos e 105 visualizações durante a transmissão. O Reels publicado na véspera alcançou 1.998 contas e obteve cerca de 3.800 visualizações, indicando que, em média, cada conta assistiu ao vídeo mais de uma vez. Esses resultados demonstram que o uso estratégico de mídias digitais, mesmo quando concentrado em uma única plataforma de divulgação, é eficaz para ampliar o alcance, o engajamento e a participação em eventos acadêmicos. Assim, as redes sociais configuram-se como instrumentos relevantes para democratizar o acesso ao conhecimento e fortalecer o impacto social da ciência.

Palavras-chave: engajamento digital; motion design; bioquímica aplicada ao ensino.