

## **LinkedIn como ferramenta de comunicação científica no Instituto Tecnológico Vale, Belém, Pará: engajamento e percepções<sup>1</sup>**

Eddie Carlos Saraiva da Silva<sup>2</sup>  
Surama Maria Oliveira Andrade<sup>3</sup>  
Jaqueline Alfaia de Vasconcelos Cordeiro<sup>4</sup>  
Rodrigo da Silva Almeida<sup>5</sup>  
Universidade Federal do Pará – UFPA

### **RESUMO**

Este estudo investiga o uso da rede social LinkedIn como uma ferramenta de comunicação científica, focando no engajamento e nas percepções dos pesquisadores sobre Ciência Aberta. Com o crescimento recente das ferramentas online, há um interesse crescente entre cientistas em otimizar o uso dessas plataformas digitais para promover suas pesquisas (Araújo, 2014). A pesquisa empregou uma abordagem qualitativa, com um estudo netnográfico que analisou dez perfis de pesquisadores do Instituto Tecnológico Vale (ITV) entre 2023 e 2024, além de um formulário eletrônico aplicado a doze pesquisadores para captar suas percepções sobre o uso do LinkedIn e a comunicação científica. Os resultados indicam que, apesar de um número considerável de publicações e engajamento em eventos, muitos pesquisadores ainda veem o engajamento no LinkedIn como limitado. A análise revelou 31 participações em eventos e 25 publicações de artigos, evidenciando a importância da plataforma para a divulgação científica. Alguns pesquisadores notaram um crescimento positivo no compartilhamento de informações, indicando um potencial para a construção de redes de colaboração e intercâmbio de conhecimento. Em conclusão, o LinkedIn é uma ferramenta promissora que necessita ser melhor explorada e utilizada para fomentar uma cultura de compartilhamento e engajamento mais robusta na ciência.

**PALAVRAS-CHAVE:** comunicação científica; LinkedIn; Ciência aberta; Instituto Tecnológico Vale.

### **INTRODUÇÃO**

Nos últimos anos, a popularidade das ferramentas online cresceu exponencialmente, estabelecendo novos canais informais para a comunicação científica.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Ciência Aberta e Amazônia evento integrante da programação do 22º Congresso de Ciências da Comunicação da Região Norte, realizado de 28 a 30 de maio de 2025.

<sup>2</sup> Doutorando no Programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Pará, Pesquisador no Grupo de Pesquisa e Estudos de Políticas e Gestão Escolar da Universidade Federal do Pará, e-mail: [eddiecaraiva@gmail.com](mailto:eddiecaraiva@gmail.com).

<sup>3</sup> Mestranda no programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Pará, e-mail: [surama\\_andrade@outlook.com](mailto:surama_andrade@outlook.com);

<sup>4</sup> Mestranda no programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Pará, e-mail: [jack.av@live.com](mailto:jack.av@live.com);

<sup>5</sup> Mestrando no programa de Pós-graduação em Ciência da Informação da Universidade Federal do Pará, Pesquisador no Grupo de Pesquisa Gestão da Informação e do Conhecimento na Amazônia pela Universidade Federal do Amazonas, e-mail: [rodrigoalmeida.pub@gmail.com](mailto:rodrigoalmeida.pub@gmail.com);

Essa transformação tem despertado um crescente interesse entre os cientistas para otimizar o uso desses recursos digitais, permitindo uma interação mais dinâmica e acessível com o público (Araújo, 2014). O LinkedIn, em particular, se destaca como uma das redes sociais mais populares, funcionando como uma plataforma de relacionamento que não apenas conecta profissionais de diversas áreas, mas também serve como um espaço para a divulgação de pesquisas e troca de informações relevantes. Essa rede social se tornou um ambiente propício para que os pesquisadores compartilhem suas descobertas e ampliem sua visibilidade.

A convergência da comunicação científica com as tecnologias digitais, especialmente dentro do conceito de Ciência 2.0, evidencia que a gestão da visibilidade e reputação dos pesquisadores deve ser feita de forma mais aberta e colaborativa, o que é crucial para alcançar um público mais amplo (Azevedo; Moutinho, 2014). Nesse contexto, a capacidade de se comunicar efetivamente se torna uma competência central para os investigadores, reforçando a importância de estratégias de comunicação adaptadas às particularidades das redes sociais.

A comunicação científica é uma prática essencial na ciência aberta, promovendo maior transparência e acessibilidade ao conhecimento científico. Nesse cenário, o LinkedIn tem emergido como uma plataforma digital estratégica para cientistas compartilharem suas pesquisas, conectarem-se a outros profissionais e ampliarem o impacto social de seus trabalhos. O estudo de Nascimento e Araújo (2013) sobre o uso do LinkedIn revela como a plataforma é utilizada por profissionais da informação e de outras áreas do conhecimento para compartilhar diferentes tipos de informação, destacando sua relevância na construção de redes de colaboração e na promoção de uma ciência mais acessível e interativa. Esta pesquisa tem por objetivo analisar a rede social LinkedIn como ferramenta de comunicação científica, engajamentos e percepções dos pesquisadores sobre o uso da rede social e Ciência Aberta.

## **METODOLOGIA**

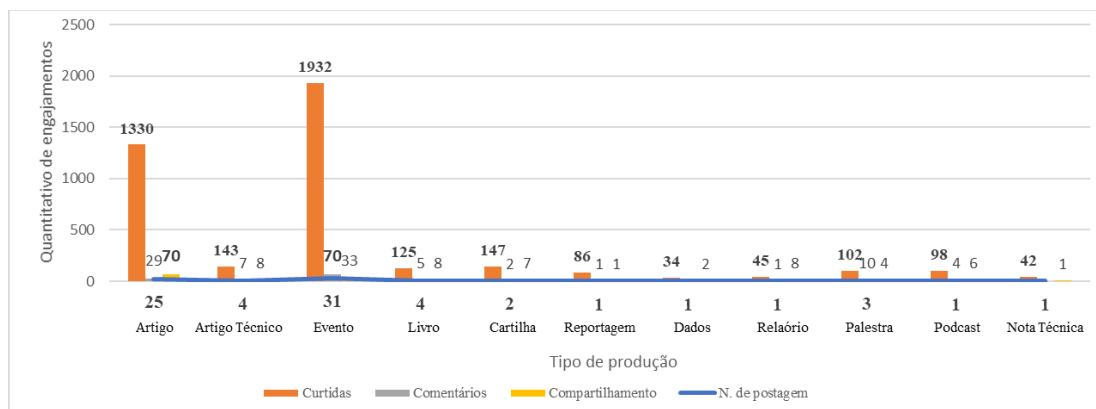
O estudo caracteriza-se como pesquisa exploratória, de abordagem qualitativa, e de natureza básica. O estudo netnográfico foi utilizado para coletar e analisar o engajamento nas redes sociais de pesquisadores permanentes do Instituto Tecnológico Vale (ITV), Belém, Pará, totalizando 10 perfis estudados dentro do período de 2023 a 2024. Tendo como critério de coleta e análise publicações que correspondessem a

divulgação e comunicação da Ciência, mas especificamente a difusão de pesquisas e resultados por partes dos pesquisadores selecionados e os projetos do ITV que fazem parte. Os dados coletados nos perfis da rede social LinkedIn geraram gráfico(s) acerca do engajamento e o tipo de produção presente nas postagens. Além disso, aplicou-se formulário eletrônico para captação da percepção dos pesquisadores autores acerca das temáticas Ciência Aberta, Divulgação/Comunicação científica e LinkedIn, contando com a participação de 12 pesquisadores; a análise de conteúdo será utilizada para estudar os resultados obtidos com o formulário eletrônico para transcrever as percepções sobre as temáticas.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

A análise foi realizada em 10 perfis de pesquisadores vinculados ao ITV e que possuem ações de divulgações das suas produções realizadas no instituto. Ao longo do processo de observação, coleta e análise dentro do período de 2023 a 2024 observa-se alta comunicação de **participações e apresentações de pesquisas em eventos (31)** e **publicação de artigos em periódico (25)**.

**Gráfico 1** – Número de produção compartilhada no LinkedIn e quantitativo de engajamento na rede social.



**Fonte:** elaborado pelos autores (2025).

A produção de artigos é o foco das pesquisas do instituto e com isso a participação em eventos para apresentações aos pares como forma de difundir os estudos e abrir troca de conhecimentos e sugestões. A alta performance é observada também no engajamento, quando analisado o quantitativo de curtidas. Outras produções, com menos destaque, estão

presentes, como: livro, cartilha, nota técnica e podcast, que são produções ora criadas ora impulsionadas nos últimos anos.

A análise das respostas coletadas no formulário eletrônico sobre a **percepção do engajamento da comunidade científica no LinkedIn** revela uma diversidade de opiniões e experiências que variam conforme a utilização da plataforma pelos pesquisadores. Muitos participantes expressaram uma visão crítica, apontando que o engajamento ainda é limitado. Essa percepção pode ser atribuída ao fato de que alguns pesquisadores não utilizam o LinkedIn regularmente, preferindo outras plataformas como o ResearchGate, que é mais focada na troca de publicações acadêmicas, como relata o P12 “Pouco engajamento. Dentre as redes sociais que utilizo, as pessoas em geral divulgam mais suas pesquisas pelo Instagram” (informação verbal). Essa preferência pode indicar uma necessidade de educação e conscientização sobre o potencial do LinkedIn como uma ferramenta para promover a Ciência Aberta e aumentar a visibilidade de estudos e pesquisas.

Por outro lado, há também uma visão mais otimista, com alguns respondentes notando um crescimento positivo no engajamento da comunidade científica no LinkedIn, com um aumento no compartilhamento de estudos de interesse geral, como relata o P7 “Entro pouco no linkedin e minha rede não é tão extensa, mas do pouco que observo, vejo que há sim engajamentos e compartilhamentos nas publicações de cunho científico” (informação verbal). Esse crescimento pode ser impulsionado pela promoção de práticas de Ciência Aberta, como a divulgação de pré-prints e a utilização de repositórios de dados. A observação de que muitos pesquisadores estão utilizando a plataforma não apenas para divulgar seus próprios trabalhos, mas também para discutir colaborações interdisciplinares, sugere que o LinkedIn pode estar se tornando um espaço relevante para o intercâmbio de ideias e a construção de redes de colaboração na pesquisa.

## CONSIDERAÇÕES PARCIAIS

Este estudo demonstra que o LinkedIn possui um potencial significativo como uma ferramenta estratégica para a comunicação científica dentro do contexto da Ciência Aberta, promovendo maior acessibilidade e colaboração entre os pesquisadores. Apesar dos desafios existentes, como a necessidade de capacitação dos pesquisadores e a dificuldade em alcançar públicos não acadêmicos, a plataforma se apresenta como uma oportunidade valiosa para ampliar a visibilidade e o impacto social da ciência. A pesquisa

destaca a importância de explorar novas abordagens de comunicação científica em redes sociais profissionais, contribuindo para a construção de uma ciência mais aberta e inclusiva.

Entretanto, a percepção de que o engajamento da comunidade científica no LinkedIn ainda é limitado revela um desafio significativo: a necessidade de cultivar uma rede mais ampla e ativa na plataforma. Muitos pesquisadores relatam que suas redes são restritas e que o conteúdo compartilhado nem sempre aborda a Ciência Aberta. Contudo, a crescente familiaridade com o LinkedIn e a disposição para compartilhar artigos e publicações científicas indicam um potencial a ser melhor explorado.

Para maximizar o uso do LinkedIn como uma ferramenta eficaz para a Ciência Aberta, é fundamental fomentar uma cultura de compartilhamento mais robusta. Isso envolve incentivar práticas de divulgação científica que sejam amplamente adotadas e valorizadas, promovendo assim um engajamento mais forte entre os membros da comunidade científica. Ao fazer isso, poderemos não apenas aumentar a interação entre pesquisadores, mas também fortalecer a presença da ciência nas redes sociais, contribuindo para uma disseminação mais ampla e significativa do conhecimento científico.

## REFERÊNCIAS

ARAÚJO, R. F. Ciência 2.0 e a presença online de pesquisadores: visibilidade e impacto. **Ciência e Informação em Revista**, Macéio, v. 1, n. 3, p. 32-40, set./dez, 2014. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/36327> Acesso em: 20 abr. 2025.

AZEVEDO, J.; MOUTINHO, N. A comunicação de ciência em plataformas digitais: as implicações da cultura participativa e da convergência tecnológica. *In: Congresso Iberoamericano de Ciencia, Tecnología, Innovación y Educación*. Buenos Aires, Argentina, 2014. **Anais...** Buenos Aires, Argentina, a.1357, nov., p.1-8, 2014.

NASCIMENTO, M. I. S.; ARAUJO, W. J. Disseminação da informação profissional no linkedin: uma análise sob a ótica das redes sociais. **Biblionline**, v. 9, n. 1, 2013. Disponível em: <https://brapci.inf.br/v/16416>. Acesso em: 20 abr. 2025.