



ANÁLISE DAS ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO DIGITAL DO CITYLIVINGLAB PARA A DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO

Fernanda Battisti (ITI/CNPq-MAI/DAI), Patrícia Chinelatto e Vanessa Roveda , Ana Cristina Fachinelli Bertolini (Orientador(a))

A comunicação digital tem se consolidado como um elemento estratégico na democratização do conhecimento, aproximando ciência e sociedade por meio de linguagens mais acessíveis e interativas. Nesse cenário, as redes sociais assumem um papel relevante ao ampliar o alcance das informações, favorecer a circulação do conhecimento e estimular o engajamento do público. Inserido nesse cenário, o CityLivingLab, grupo de pesquisa vinculado aos Programas de Pós-Graduação em Administração e em Planejamento e Gestão de Cidades Sustentáveis da Universidade de Caxias do Sul, utiliza suas redes sociais como estratégia para disseminar o conhecimento produzido, ampliar sua visibilidade e potencializar o impacto social de suas pesquisas. Diante disso, este estudo, de abordagem quali-quantitativa, teve como objetivo analisar a efetividade das estratégias de comunicação digital do CityLivingLab a partir das métricas do Instagram, referentes ao mês de abril de 2026. Foram analisados indicadores de alcance, interações, engajamento, crescimento da comunidade, desempenho dos formatos e editoriais de conteúdo. Em abril, foram publicados seis conteúdos no feed e 46 nos stories, alcançando 19.276 contas e gerando 844 interações. Embora os stories tenham concentrado maior alcance (76,5% do total), os conteúdos publicados no feed apresentaram maior taxa de engajamento. Também foi identificado o crescimento da comunidade digital, com a conquista de 20 novos seguidores. Entre as editoriais analisadas, Projetos do City destacou-se no feed, com taxa de engajamento de 9,95% e cinco novos seguidores, enquanto nos stories a editoria Vida no Laboratório obteve o maior alcance (n=11.224). Contudo, foi a editoria Explicando a Ciência que apresentou melhor desempenho no engajamento (12,14%), indicando o potencial dos conteúdos educativos para ampliar a interação e aproximar o conhecimento científico de diferentes públicos. Em relação aos formatos, os vídeos apresentaram desempenho superior tanto no feed como nos stories, mesmo em menor volume de publicação, demonstraram alta efetividade em comparação aos demais formatos. Além disso, publicações realizadas em colaboração contribuíram para ampliar a visibilidade dos conteúdos. Os resultados evidenciam que a comunicação digital constitui uma estratégia relevante para a disseminação do conhecimento científico, fortalecendo a conexão entre ciência e sociedade e ampliando a visibilidade e o impacto de grupos de pesquisa no ambiente digital.

Palavras-chave: Comunicação Digital, Divulgação Científica, Redes Sociais

Apoio: UCS, CNPq