

Artigo

Um estudo da área da Ciência da Informação sobre a divulgação científica nas redes sociais: uma análise dos artigos publicados nos periódicos indexados na Web of Science

Edla Barbosa de Santana¹ 

Nadi Helena Presser² 

Resumo: Com o avanço tecnológico, intensificam-se as discussões sobre o papel das redes sociais na divulgação científica, servindo como meio de conectar a academia e transcender para o público em geral. Este estudo busca identificar a produção científica recente acerca do uso das redes sociais na Ciência da Informação (CI), com enfoque no Facebook. A pesquisa analisa artigos publicados em periódicos da CI indexados na Web of Science nos últimos 10 anos. Caracterizando-se como um estudo exploratório, utiliza-se o levantamento como principal método de coleta de dados a partir de uma análise quali-quantitativa. Os resultados revelam uma lacuna na pesquisa, mas destacam a importância de estender as discussões e utilizar as redes sociais como ferramentas estratégicas de divulgação científica. Assim, diante da escassez de estudos identificados que mostre em evidência o uso do Facebook na divulgação da ciência, ressalta-se a premente necessidade de ampliar a compreensão sobre o papel das redes sociais na disseminação do conhecimento científico, evidenciando seu potencial estratégico para disseminação da pesquisa.

Palavras-chave: Divulgação científica; redes sociais; produção científica; Facebook.

A study in the field of Information Science on scientific dissemination on social media: an analysis of articles published in journals indexed in Web of Science

Abstract: With technological advances, discussions about the role of social networks in scientific dissemination are intensifying, serving as a means of connecting academia and transcending it to the general public. This study seeks to identify recent scientific production on the use of social networks in Information Science (IS), with a focus on Facebook. The research analyzes articles published in CI journals indexed in the Web of Science in the last 10 years. Characterized as an exploratory study, the survey is used as the main method of data collection based on a qualitative and quantitative analysis. The results reveal a gap in research, but highlight the importance of extending discussions and using social networks as strategic tools for scientific dissemination. Thus, given the scarcity of identified studies that clearly demonstrate the use of Facebook in the dissemination of science, the urgent need to

¹ Bacharel em Biblioteconomia, Universidade Federal de Pernambuco, edlabarbosa2@gmail.com

² Doutora em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, nadihelena@uol.com.br

DOI: <https://doi.org/110.35699/2237-6658.2024.51408>

Revista Múltiplos Olhares em Ciência da Informação, Belo Horizonte, v. 14, e51408, 2024



expand understanding of the role of social networks in the dissemination of scientific knowledge is highlighted, highlighting their strategic potential for disseminating information.

Keywords: Scientific dissemination; social media; scientific production; Facebook.

Un estudio en el área de Ciencias de la Información sobre la divulgación científica en las redes sociales: un análisis de artículos publicados en revistas indexadas en la Web of Science

Resumen: Con los avances tecnológicos, se intensifican los debates sobre el papel de las redes sociales en la divulgación científica, sirviendo como medio para conectar la academia y trascenderla al público en general. Este estudio busca identificar la producción científica reciente sobre el uso de redes sociales en Ciencias de la Información (CI), con enfoque en Facebook. La investigación analiza artículos publicados en revistas de CI indexadas en Web of Science en los últimos 10 años. Caracterizada como un estudio exploratorio, la encuesta se utiliza como método principal de recolección de datos basado en un análisis cualitativo y cuantitativo. Los resultados revelan un vacío en la investigación, pero resaltan la importancia de ampliar las discusiones y utilizar las redes sociales como herramientas estratégicas para la divulgación científica. Así, ante la escasez de estudios identificados que demuestren claramente el uso de Facebook en la difusión de la ciencia, se destaca la urgente necesidad de ampliar la comprensión del papel de las redes sociales en la difusión del conocimiento científico, destacando su potencial estratégico para la difusión de información.

Palabras-clave: Divulgación científica; redes sociales; producción científica; Facebook.

Como citar este artigo: SANTANA, Edla Barbosa de; PRESSER, Nadi Helena. Um estudo da área da Ciência da Informação sobre a divulgação científica nas redes sociais: uma análise dos artigos publicados nos periódicos indexados na Web of Science. **Múltiplos Olhares em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 14, p. 1-18, 2024. DOI: <https://doi.org/110.35699/2237-6658.2024.51408>

1 Introdução

A consolidação do campo científico é construída pelas demandas da sociedade; portanto, todos os resultados da pesquisa devem ser comunicados à comunidade. A divulgação, influenciada pelo avanço tecnológico, visa principalmente a "publicização" do conhecimento, apresentando as diferentes ideias dos pesquisadores e registrando a produção divulgada entre os pares. Com o avanço das tecnologias de informação, antes recoríamos às bibliotecas para acessar o conhecimento; agora, além disso, temos sistemas informatizados, periódicos eletrônicos, bases de dados e buscadores online. A internet ganha força e se consolida entre nós.

Ao analisarmos a presença das redes sociais no meio científico, algo impensável anteriormente na comunidade, várias plataformas, como Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn e Youtube, passam a ser canais de divulgação científica. Isso permite a veiculação de pesquisas mesmo sem a presença dos pesquisadores nas redes sociais, tornando a pesquisa independente do pesquisador para disseminar o conhecimento. As pesquisas podem ser expandidas e atingir níveis nacionais e internacionais devido à rápida disseminação da produção científica na internet.

Diante desse cenário, diversas áreas do conhecimento vêm se adaptando ao meio digital como forma de impulsionar as pesquisas e construir sua visibilidade acadêmica e social. Nesse contexto, o objetivo deste estudo é identificar pesquisas que mapeiem o uso e a atuação das redes sociais, especialmente a rede social Facebook, como canal de divulgação científica. Isso será feito a partir das análises levantadas nas produções científicas dos últimos 10 anos, presentes nos trabalhos indexados no Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES). Buscou-se identificar o que está sendo discutido nos últimos anos sobre a temática, a fim de observar possíveis tendências e características.

Além da introdução apresentada neste trabalho, o estudo é composto por mais cinco seções. A segunda seção apresenta o referencial teórico deste estudo, que discorre brevemente sobre a comunicação científica e sua divulgação, as redes sociais de forma geral, com o intuito de caracterizá-las quanto aos seus tipos e diferenças, e, por fim, sobre as redes sociais acadêmicas. A terceira seção desta pesquisa visa apresentar os procedimentos metodológicos utilizados que possibilitaram a obtenção dos resultados que atingiram os objetivos aqui elencados. A quarta seção discute os resultados obtidos e suas análises com base nas reflexões feitas acerca dos dados; em seguida, discorre-se sobre as considerações finais desta pesquisa.

2 Comunicação e divulgação científica

Com o incremento do acesso às informações, tem-se promovido intensos debates acerca da comunicação científica e de sua divulgação; ambas guardam uma relação intrínseca, todavia, ostentam conceptualizações distintas. Quando discorremos sobre comunicação científica, torna-se imprescindível abordar o fenômeno conhecido como "explosão informacional", o qual propiciou que a informação se tornasse um fator estratégico para os governos. Tal fenômeno acarretou a necessidade de um domínio específico voltado para a recuperação da informação, acesso e subsequente utilização das novas tecnologias emergentes (Siqueira, 2010).

A partir desse contexto, a ciência conquistou maior espaço e, com ela, a produção do conhecimento expandiu-se. Nesse ínterim, a ciência caracteriza-se por um momento de incentivos para seu desenvolvimento. Associado a isso, a popularização da internet propiciou o desenvolvimento e utilização de inúmeros recursos tecnológicos, sobretudo pelo meio científico. Logo, o surgimento de novas tecnologias, como hipertexto, hipermídia, listas de discussão e videoconferências, não apenas modificou o cenário de produção, acesso e

disseminação da informação bibliográfica, mas também alterou o perfil dos profissionais (Cruz *et al.*, 2003).

Em um de seus estudos, Valério e Pinheiro (2008) destaca que um dos fenômenos mais observados, decorrente da Internet, foi a aproximação entre comunicação científica e divulgação científica. Essa convergência propicia um aumento da visibilidade e reconhecimento da ciência, favorecendo a conscientização da sociedade acerca de sua importância e direcionando o foco para as ações voltadas para as políticas públicas de ciência e tecnologia.

Considerando essas discussões, torna-se relevante elucidar as conceptualizações desses dois termos. Para tanto, inicialmente, abordemos a comunicação científica. Garvey e Griffith (1979, p.127-163) a definem como um conjunto de atividades associadas à produção, disseminação e uso da informação. Por outro lado, Valério e Pinheiro (2008) a conceituam como a forma de estabelecer o diálogo com o público da comunidade científica - a comunicação entre os pares. A partir de outras perspectivas, a comunicação científica é conceptualizada como:

[...] Consiste em elemento responsável por novos achados, advindos de trabalhos exaustivos de cientistas e pesquisadores, a quem compete não apenas a produção de novos conhecimentos, mas, também, a avaliação dos resultados advindos dos pares. É um circuito ininterrupto que se estabelece entre os pesquisadores, de tal forma que são eles, invariavelmente, consumidores de informação (para executar suas próprias pesquisas); produtores de informação (para divulgar suas próprias pesquisas); e avaliadores de informação (para validar – ou não – os achados dos demais membros da comunidade científica) (Targino; Torres, 2014, p. 4).

A comunicação científica é uma etapa inicial na disseminação da informação, focando-se na divulgação dos resultados de pesquisas e publicações entre os pesquisadores. A discussão sobre comunicação científica deve ultrapassar os limites da ciência, conforme Targino e Torres (2014, p. 4, grifo nosso), que destacam que a originalidade desse conceito refere-se à circulação do conhecimento científico na comunidade científica. Essa restrição à comunidade científica resulta em grande parte da sociedade desconhecendo os produtores do conhecimento, gerando um desconhecimento sobre o que é produzido cientificamente e tecnologicamente. Nesse contexto, é crucial ressaltar a importância da divulgação científica, pois, segundo Targino e Torres (2014, p. 9), ela se destina a um público além da comunidade científica e acadêmica.

A divulgação científica é uma forma de popularizar a ciência, sendo aconselhável que utilize uma linguagem clara e acessível para que a população compreenda o desenvolvimento científico em questão. Reis e Gonçalves (2000, p.7-69) destacam que o interesse público por questões científicas cresceu desde a Revolução Industrial, resultando em uma demanda por maior expansão da escolarização para a aplicação de conhecimentos básicos de ciência. Apenas no século XX, o desenvolvimento científico e tecnológico conquista notoriedade, e os jornais passam a incluir conteúdos relevantes sobre ciência em suas matérias.

Nesse contexto, Alberto Tostes (2006, p.73) afirma que "um público instruído, informado, ciente e consciente de seus recursos em ciência e tecnologia é capaz de exercer um papel ativo na conversão de processos experimentais em recursos de rotina e de protótipos em modelos comerciais". Dessa forma, destaca-se a importância da participação social no acesso ao conhecimento científico para avançar a qualidade, visibilidade e expansão da ciência. Apesar disso, nos últimos anos, muitos pesquisadores têm se esforçado para apresentar definições e conceitos sobre divulgação científica. Moura (2003) a conceitua como uma recriação do conhecimento científico para torná-lo acessível às pessoas e tentar, ao menos, fazer com que essa linguagem se torne universal para unir humanidade, arte e ciência por meio de uma compreensão recíproca. Já para Bueno (2010, p. 5), a divulgação científica possibilita a inclusão do debate sobre temas especializados que impactam diretamente e indiretamente na vida do indivíduo, permitindo que pessoas leigas compreendam as novas descobertas e o desenvolvimento científico e assimilem o mundo ao seu redor. Por sua vez, Valério (2012) entende a divulgação científica direcionada a um público que não possui especializações, mas é capaz de receber as mensagens transmitidas pelos diversos canais de divulgação.

Nesse sentido, as redes sociais como canais de divulgação têm ganhado um espaço significativo, principalmente na internet, com a produção contínua e acelerada da informação. Nesse contexto, torna-se imperativo a produção, disseminação e acesso imediato desse conhecimento construído. Uma das maneiras de viabilizar isso está na divulgação ágil em páginas, sites, blogs e redes sociais, por exemplo. A presença científica na internet torna-se, assim, um fator vital no mundo acadêmico. Diante disso, a próxima seção busca discutir sobre as redes sociais no processo de divulgação científica.

2.1 Redes sociais e divulgação científica

Ao inaugurar qualquer diálogo sobre os meios de interação digital, imediatamente lembramos as plataformas sociais consagradas: Facebook, Instagram, Whatsapp, Youtube

e Twitter (atual X). Esses se delineiam como alguns exemplares entre as inúmeras redes sociais que permeiam a esfera digital, cada uma destacando suas peculiaridades e objetivos, principalmente quando se aborda a veiculação do conhecimento científico nessas plataformas. Antes de tudo, é importante enfatizar que as plataformas sociais são universalmente reconhecidas como:

um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, sempre transmitindo interesse em comum e com motivações diferentes para haver a conexão, podendo ser por amizade, relações no ambiente de trabalho ou por compartilhamento de informações, assim vão construindo e reconstruindo a estrutura social (Tomaél; Marteleto, 2006, p.75).

No que concerne à propagação do conhecimento científico, as redes sociais assumem a responsabilidade de interligar indivíduos, organizações ou entidades predispostos a partilhar e difundir suas pesquisas, edificando seus vínculos sociais por meio de um interesse comum – o saber científico. Nesse ínterim, as redes sociais podem ser concebidas como “ambientes, tanto tangíveis quanto virtuais, nos quais indivíduos com propósitos similares intercambiam experiências, erigindo fundamentos e gerando informações pertinentes para os respectivos setores de atuação” (Tomaél, Alcará; Di Chiara, 2005, p.94).

Por conseguinte, as redes sociais emergem como instrumentos inescusáveis para a disseminação da ciência, e seu emprego se configura como essencial entre pesquisadores, docentes e estudantes, cujo o objetivo é socializar seus saberes por meio dessas malhas de conexões que transpõem fronteiras locais, nacionais e internacionais. Todo material produzido, por conseguinte, se torna acessível na internet para qualquer audiência, daí a importância de zelar por uma linguagem límpida e acessível, afastada de terminologias técnicas e científicas que obstaculizem a compreensão das informações veiculadas.

Desse modo, emergem certos aspectos intrínsecos à divulgação científica, os quais concorrerão para a aproximação da ciência com a sociedade, dado que a compreensão desses aspectos constitui uma base fundamental para a disponibilização do conhecimento científico nas plataformas sociais. Nesse contexto, o Quadro 1 delinea seis facetas da divulgação científica e suas respectivas características.

Quadro 1 – Aspectos a serem observados da divulgação científica nas redes sociais

Aspectos	Divulgação científica
Tipo de público	Podem ser entendidos como especialistas no tópico que está sendo divulgado; no entanto, o perfil preponderante de indivíduos nas redes sociais se caracteriza por pessoas sem uma formação técnica e científica.
Nível de linguagem	O público da rede social não possui competências científicas, e qualquer termo acadêmico se torna uma barreira de linguagem. Apesar da rede social abranger também um público acadêmico, é necessário a descodificação da linguagem científica para facilitar a compreensão geral.
Natureza dos canais	Os canais de divulgação nas redes sociais apresentam uma ampla variedade, abrangendo desde um vasto público até grupos mais restritos, dependendo do nível de engajamento e visibilidade na plataforma.
Veículos de divulgação	As redes sociais digitais, tais como Facebook, Instagram, Twitter (atual X), Youtube, Pinterest, Whatsapp, TikTok e as próprias redes sociais acadêmicas, exemplificadas por ResearchGate, Academia.edu, Mendeley, são veículos de disseminação. No entanto, é válido salientar que as redes sociais acadêmicas tendem a se transformar em espaços mais restritos dentro da comunidade científica, ao contrário das redes sociais digitais, que permitem acesso a públicos diferentes.
Objetividade	O objetivo fundamental é democratizar o acesso ao conhecimento científico e envolver as pessoas em discussões atualizadas sobre temas especializados em diversas áreas do saber, os quais podem impactar não só as suas vidas, mas também a sociedade como um todo.

Fonte: Elaborado pelas autoras com base em Bueno, 2010.

Nos delineamentos expostos, urge ponderar que o nível linguístico apresentado no momento da divulgação científica estará inextricavelmente associado ao tipo de veículo de difusão pelo qual a pesquisa científica será disseminada, visto que cada plataforma de redes sociais apresentará um público e uma função distinta. Destarte, o patamar linguístico estará inextricavelmente vinculado a esses elementos. Bueno (2010) salienta que a disseminação científica, quando imbuída da primordial função de democratizar o acesso ao conhecimento científico, deve estabelecer, por conseguinte, condições para a alfabetização científica dos participantes desse ambiente. Portanto, torna-se premente compreender o funcionamento de cada rede social utilizada como ferramenta de divulgação científica. Nesse contexto, apresentaremos algumas redes sociais e suas principais características que exercem influência no conteúdo a ser publicado.

a) Facebook: Esta plataforma, fundada em 2004, visa facilitar a interação entre indivíduos em escala global, abrigando atualmente cerca de 2,92 bilhões de usuários ativos. No Facebook, é possível criar, consumir e compartilhar conteúdo, utilizando um “*feed* de notícias”, nesse *feed* a divulgação ocorre por meio de imagens, textos, vídeos e postagens diversas. Sua finalidade primordial é fomentar a comunicação online e à distância, englobando perspectivas diversas, sejam elas culturais, acadêmicas, artísticas ou até mesmo relacionadas aos afazeres cotidianos de cada indivíduo (Silveira; Sena; Duarte, 2017).

b) Instagram: Este amplamente acessado aplicativo, especialmente no Brasil, possui mais de 2 bilhões de usuários ativos mensais. No campo da divulgação científica, suas funcionalidades

incluem transmissões ao vivo, publicação de fotos e criação de stories e vídeos curtos, conhecidos como reels, permitindo a construção de materiais dinâmicos e criativos que atraem o engajamento do público por meio de características audiovisuais.

c) Rede social X: Fundado em 2006 como o antigo Twitter, o X destaca-se por permitir a publicação de textos com até 140 caracteres, configurando-se como uma espécie de "blog". Nesta plataforma, as pessoas expressam opiniões, divulgam pesquisas e é possível obter um panorama das discussões em âmbito nacional e global por meio dos *trends topics*, que funcionam como palavras-chave, sinalizando os temas em pauta na rede social.

Ressalta-se que há diversas outras plataformas sociais cujas características poderiam ser apresentadas. No entanto, optou-se por expor as três redes sociais mais antigas em comparação com as novas, como TikTok, Pinterest, entre outras. A apresentação dessas três redes sociais elucida as características singulares de cada uma, as quais devem ser meticulosamente consideradas na divulgação científica. Desta maneira, o conhecimento veiculado poderá angariar maior visibilidade e provocar impacto na sociedade, aproximando a ciência desta última.

4 Percursos metodológicos

A pesquisa se configura como uma investigação quali-quantitativa, preponderantemente de natureza exploratória em relação aos seus propósitos. Utilizando o levantamento como método principal de coleta de dados, as indagações foram conduzidas na Web of Science para extrair materiais informativos que se enquadrassem no período circunscrito - de 2012 a 2021, buscando delinear um panorama sobre a produção referente à divulgação científica nas redes sociais ao longo da última década.

A eleição da base de dados da Web of Science fundamenta-se na vastidão de materiais científicos globais que a compõem, além de conter documentos específicos direcionados ao ensino superior e artigos provenientes de reputadas revistas científicas. Para recuperar os trabalhos, foram empregados os seguintes termos de busca no idioma inglês: “*social networks*” - redes sociais; “*social media*” - mídias sociais; “*scientific dissemination*” - divulgação científica; “*scientific communication*” - comunicação científica e Facebook.

As pesquisas foram efetuadas em 30 de setembro de 2022. A escolha de focar na rede social Facebook foi motivada pelo seguinte discernimento: uma análise preliminar na Web of Science revelou que estudos concernentes a redes sociais destacavam o Twitter como a plataforma mais estudada como ferramenta de divulgação científica, seguido pela ResearchGate e, em sequência, o Facebook (com resultados inferiores em comparação aos

demais). Nesse contexto, emergiu a necessidade de compreender os estudos existentes, visando a realizar, em um futuro próximo, uma análise comparativa acerca do destaque de uma rede social em relação a outra, no âmbito da divulgação científica.

5 Análise e discussões dos resultados

Ao incorporar os termos de pesquisa: redes sociais, Facebook, comunicação científica e divulgação científica, um total de 70 registros foram recuperados na Web of Science. Para a obtenção dos documentos, operadores booleanos foram empregados com o propósito de aprimorar a busca. Desta forma, foi conferida preferência a documentos que guardassem alguma relação com a plataforma Facebook, isto é, aqueles nos quais houvesse uma discussão acerca da divulgação e comunicação científica por meio do Facebook. Para alcançar tal objetivo, foram formuladas as seguintes buscas na Web of Science, utilizando aspas em termos compostos: Facebook AND “*scientific divulgation*”; Redes sociais AND “*scientific communication*” e Facebook AND “*scientific communication*”, resultando, respectivamente, em 3 registros, 45 registros e 23 registros.

Inicialmente, uma análise dos títulos, resumos e palavras-chave foi conduzida para identificar os artigos repetidos que efetivamente se coadunavam com o propósito da pesquisa. Assim, obteve-se o seguinte desdobramento: ao empregar a expressão: Facebook AND “*scientific divulgation*”, foram recuperados 3 registros na Web of Science, dos quais 2 trabalhos foram desconsiderados por se tratarem de estudos publicados em periódicos que não pertenciam à área da Ciência da Informação. Consequentemente, apenas 1 trabalho, focalizado na temática, foi considerado.

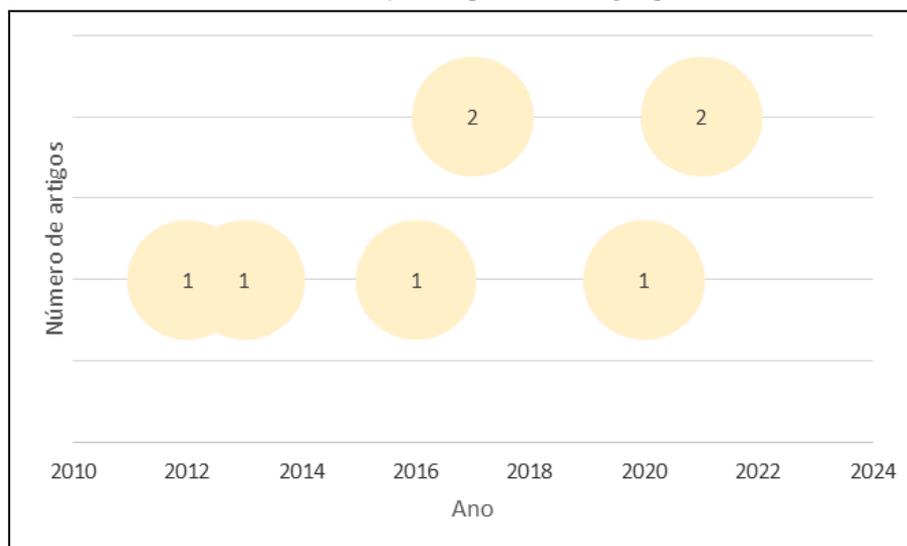
Quanto à expressão de busca: redes sociais AND “*scientific communication*”, dos 45 registros recuperados, apenas 2 artigos atenderam ao perfil da pesquisa, visto que os demais 43 artigos versavam sobre a divulgação das redes sociais de forma genérica, além de mencionarem exemplos de outras plataformas como Twitter, ResearchGate e Academia.edu. Dado que o escopo do estudo está voltado para o Facebook, os demais foram desconsiderados.

Por fim, ao empregar a expressão de busca: Facebook AND “*scientific communication*”, foram recuperados 23 documentos, entretanto, apenas 5 documentos foram considerados relevantes para o estudo. Os demais estudos também não estavam vinculados aos periódicos da Ciência da Informação. Em última análise, apenas 8 trabalhos foram considerados como o corpus desta pesquisa³.

³ Dados disponíveis em: <https://encurtador.com.br/dsuB7>

O Gráfico 1 apresenta a distribuição temporal dos artigos sobre divulgação científica na rede social Facebook nos últimos 10 anos. Apesar de se observar a importância das redes sociais como um canal para a divulgação científica, isso não se reflete no número de pesquisas. Nos anos de 2011, 2014, 2015, 2018 e 2019, não houve nenhuma publicação nos periódicos da área de Ciência da Informação indexados na Web of Science sobre a temática. Nota-se um crescimento em 2021, com dois trabalhos publicados em periódicos.

Gráfico 1 – Distribuição temporal dos artigos publicados



Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da pesquisa (2022).

Com base nesta distribuição temporal, procedeu-se à identificação dos periódicos que veicularam essas publicações em relação ao ano de sua publicação. Nesse contexto, o Quadro 2 apresenta a quantidade de ocorrências nos periódicos, especificando quais são esses periódicos, o país de origem de cada um e os respectivos anos de publicação. Foram reconhecidos 5 periódicos da área da Ciência da Informação, dos quais 2 pertencem ao Brasil, enquanto os demais foram associados a 1 periódico por país, respectivamente, proveniente dos Estados Unidos, Espanha e Holanda. Chama atenção o fato de o periódico *Profesional de la Informacion* ter três trabalhos publicados nos últimos 10 anos, equivalendo a 33,3% do corpus desta pesquisa.

Essa preeminência pode ser correlacionada à sua abordagem temática, uma vez que se configura como um periódico dedicado à discussão de temas como comunicação, informação, indicadores, bibliotecas e tecnologias da informação. Ademais, destaca-se que ele é um periódico que marca presença em diversas redes sociais, a saber: Facebook, Twitter (Atual X), Instagram, LinkedIn, YouTube e Pinterest.

Quadro 2 – Periódicos da Ciência da Informação identificados

Periódicos da área da CI	Nº de ocorrências	País	Ano de publicação
Em Questão	2	Brasil	2017; 2021
Informação & Sociedade-Estudos	1	Brasil	2017
<i>Profesional De La Informacion</i>	3	Espanha	2016; 2020; 2021
<i>Journal Of The American Society For Information Science And Technology</i>	1	Estados Unidos	2013
<i>Journal Of Informetrics</i>	1	Holanda	2012

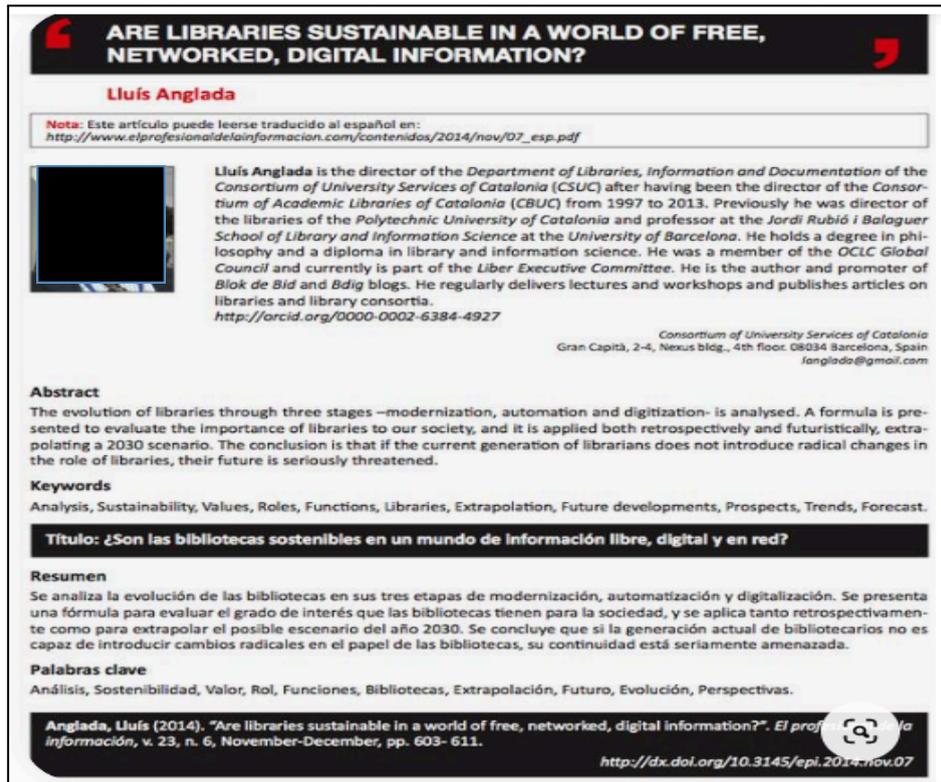
Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados da pesquisa, 2022.

Dentre as seis redes sociais em que o periódico *Profesional de la Informacion* se faz presente, destaca-se a rede social Pinterest. O Pinterest, em sua essência, configura-se como uma rede social voltada para o compartilhamento de imagens, assemelhando-se, de modo geral, a um quadro de inspirações. Nesta dinâmica, os usuários desta rede têm por hábito selecionar, publicar e armazenar imagens que despertem seu interesse.

Relacionando este comportamento com o processo de busca por informações, um indivíduo com necessidades específicas irá “identificar as fontes de interesse que podem servir como pontos de partida” (Choo, 2003, p. 103). No contexto do Pinterest, essa dinâmica permanece inalterada; o usuário da plataforma iniciará o processo de identificação de referências alinhadas aos seus interesses, marcando assim o início das conexões entre as imagens disponibilizadas pelo periódico e outras informações armazenadas, registradas e publicadas em fontes informacionais diversas.

Na Figura 1, apresenta-se um ensaio divulgado pelo *Profesional de la Informacion* no Pinterest. Dessa forma, torna-se a importância do uso das redes sociais para manter um contato direto com aqueles que as seguem, além de permitir uma divulgação abrangente da ciência. Neste caso específico, o exemplo retratado na Figura 1 revela que o autor do ensaio alcança visibilidade para além de seu sobrenome e prenome, apresentando visualmente quem é o autor da pesquisa.

Figura 1 – Divulgação de um ensaio publicado pelo periódico em formato imagem no Pinterest



Fonte: Homepage do Profissional de la informacion no Pinterest, 2022.

Outra plataforma social que sobressai é o renomado Facebook. Observa-se, na Figura 2, uma notável diferenciação no estilo de publicação em comparação com a rede social Pinterest. Isso decorre da clara distinção nos objetivos de cada uma dessas plataformas. O Facebook, nesse contexto, apresenta em suas divulgações o título do documento, um resumo conciso e o número de identificação do *Digital object identifier* (DOI).

Outro traço distintivo reside no uso das *hashtags* na publicação (Figura 2), funcionando como uma ferramenta que facilita a recuperação da informação nas redes sociais. As *hashtags* revelam-se de suma importância no contexto da comunicação social online. Por meio delas, os usuários podem descobrir novas publicações e perfis, tornando-se um recurso valioso para a disseminação e recuperação de diversas informações, transcendendo limitações geográficas (Guimarães; Cordeiro, 2021).

Figura 2 – Post do periódico *Profesional de la Información* no Facebook

EPI Profesional de la Información
12 de setembro de 2022 · 🌐

Audio identity in branding and brand communication strategy: a systematic review of the literature on audio branding. By Montserrat Vidal-Mestre, et al.

🔗 <https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.04>

Brand creation and management has undergone a substantial change in recent years as a result of new communication strategies, adaptation to the digital transmedia paradigm, and interaction with consumers. The use of an audio identity as a variable in this architecture and its inclusion in the different points of contact with consumers has generated a growing interest in audio branding. This article responds to the need to establish a conceptual basis and the state of the art in order to advance in the in-depth study of the discipline through a systematic review of the literature. This review was carried out in the Web of Science databases (...)

#AudioBranding #AudioCommunication #AudiovisualAdvertising #Advertising #Music #Sound #Branding #Brands #CityBranding

Audio identity in branding and brand communication strategy: a systematic review of the literature on audio branding

Montserrat Vidal-Mestre, Alfonso Freire-Sánchez, Diego Calderón-Garrido, Adrien Faure-Carvalho and Josep Gustems-Carnicer

Profesional de la información

After a content analysis, four domains were established for the scientific literature: phonetics in brand names, audiovisual advertising and branding

Profesional de la Información | 2022 v31 n45

2 compartilhamentos

Fonte: Homepage do periódico Profesional de la información no Facebook, 2022.

No que concerne à produção pelos autores, buscou-se discernir o quantitativo de pesquisadores envolvidos nos estudos e, subsequentemente, identificar aqueles que se destacaram como os mais prolíficos sobre a temática. No total, foram identificados 25 autores que dedicaram seus esforços à produção de pesquisas relacionadas à divulgação científica nas redes sociais. No âmbito das obras produzidas, destaca-se que os autores Manuel Gertrudix e Mario Rajas contribuíram com 2 trabalhos cada. No entanto, é imperativo observar que ambos compartilham coautoria em pelo menos uma obra, que aqui é identificada como artigo 1. E além dessas, ambos também possuem coautoria com outras duas autoras, identificado no quadro abaixo na linha amarela artigo 3 (Quadro 3).

Quadro 3 – Número de autores identificados nos trabalhos

Nº	Identificação dos artigos	Nome dos autores	Número de trabalhos	Coautoria entre os autores do quadro
1	Artigo 1	GERTRUDIX, Manuel	1	X
2		RAJAS, Mario	1	X
3		ROMERO-LUIS, Juan	1	X
4		CARBONELL-ALCOCER, Alejandro	1	X
5	Artigo 2	BORBA, Vildeane	1	X
6		Caregnato, Sonia	1	X
7	Artigo 3	GERTRUDIS-CASADO, Maria-del-Carmen	1	GERTRUDIX, Manuel e RAJAS, Mario
8		GALVEZ-DE-LA-CUESTA, Maria-del-Carmen	1	
9	Artigo 4	FAUSTO, Sibebe	1	X
10		TAKATA, Roberto	1	X
11		MORENO, Nathai Teresa	1	X
12		APUNIKE, Alexcolman Tochukwu	1	X
13		MARIANO BUCCI, Jade Lorena	1	X
14		GONCALVES DOS SANTOS, Ana Carolina	1	X
15		RIBEIRO DA SILVA, WALAS JOAO	1	X
16		MATIAS, Mariane	1	X
17	KINOUCI, Osame	1	X	
18	Artigo 5	MARICATO, Joao de Melo	1	X
19		MOURA LIMA, Ethamillya Lyanna	1	X
20	Artigo 6	LOPEZ-PEREZ, Lourdes	1	X
21		OLVERA-LOBO, Maria-Dolores	1	X
22	Artigo 7	HOGAN, Niamh M.	1	X
23		SWEENEY, Karl J.	1	X
24	Artigo 8	KORTELAJAINEN, Terttu	1	X
25		KATVALA, Mari	1	X

Fonte: Elaborado pelas autoras com base nos dados da pesquisa, 2022.

Diante do contexto em apreço, procedeu-se à análise de uma das obras dos autores, visando compreender as discussões que envolvem a divulgação científica nas redes sociais. O estudo intitulado *Scientific communication in the digital space: actions for the dissemination of research projects under the H2020 program* (artigo 1), de autoria de Gertrudix, Rajas, Romero-Luis e Carbonell-Alcocer (2021) apresentam um programa denominado H2020, vinculado à União Europeia. Este programa demanda que todas as propostas de projetos aprovadas por ele contemplem um elaborado plano de comunicação científica.

Tal plano deve disseminar os resultados alcançados e explorar estratégias comunicacionais capazes de atingir diversos grupos de interesses na web e nas redes sociais. Nesse sentido, o trabalho almeja-se descrever e explicar sobre os sites e mídias sociais dos projetos, utilizando o Método de Análise da Comunicação Científica em Meios Digitais. O intuito é observar como esses canais de comunicação científica vêm utilizando a rede social

desde sua presença na web até a divulgação científica. Considerando métricas como o nível de atividade, a diversidade de canais, a taxa de publicação, o grau de interação com os públicos, o envolvimento com suas comunicações e o nível de produção alcançado (Gertrudix; Rajas; Romero-Luis; Carbonell-Alcocer, 2021). Logo, busca-se analisar minuciosamente o modus operandi desses canais de divulgação científica.

Diante do contexto em análise, promoveu-se uma minuciosa investigação dos perfis nas redes sociais dos autores em questão, haja vista que ambos delineiam predominantemente duas pesquisas e mantêm coautoria com aproximadamente quatro pesquisadores. Desse modo, identificou-se que os autores supracitados, transitam pelas plataformas sociais de renome, a saber, Facebook, Twitter e Instagram. Apesar de ambos possuírem perfis ativos nessas três redes sociais, Manuel Gertrudix possui maior engajamento em sua rede social X, tendo ingressado desde julho de 2008 e com publicações científicas atualizadas até o momento de desenvolvimento dessa pesquisa. O mesmo acontece com Mario Rajas a rede social que possui maior engajamento é seu perfil na rede social X, seu ingresso na plataforma foi a partir de dezembro de 2011.

Optou-se pela meticulosa observação do perfil nas redes sociais desses dois autores em específico, para compreender se os referidos autores efetivamente se imergem nas redes sociais para a divulgação da ciência, conforme preconizado em suas pesquisas. Tal investigação se baseia na premissa de que “os pesquisadores, de forma geral, devem explorar o uso das mídias para a ciência; estabelecer uma presença online por meio de um blog ou perfis em plataformas de redes sociais para interagir com diversos participantes e alcançar seu público” (Araújo, 2014, p. 34).

Considerando que a presença online representa uma condição fundamental exigida dos pesquisadores interessados em explorar o potencial dessas ferramentas e administrar sua imagem pública e identidade acadêmica, constatamos que, de acordo com o que foi debatido nos estudos, os autores em questão demonstram uma inquietação em manter-se ativos nas redes sociais em prol do avanço e divulgação da ciência.

6 Considerações finais

Percebe-se a relevância das redes sociais no processo de divulgação e popularização da ciência, considerando o amplo alcance que proporcionam. Apesar de diversos pesquisadores utilizarem as redes sociais como objeto de estudo, há uma lacuna quanto à divulgação efetiva de seus achados científicos para a comunidade em geral. Por outro lado, alguns pesquisadores não apenas utilizam as redes sociais como objeto de pesquisa, mas

também as empregam ativamente na divulgação de sua produção acadêmica, como exemplificado nos estudos de dois pesquisadores que abordam a comunicação científica em suas plataformas.

Observa-se, ao longo dos últimos dez anos, uma lacuna na literatura em relação às discussões sobre o recorte analisado nesta pesquisa. Destaca-se o perfil do periódico *Profesional de la Informacion*, que, ao marcar presença em seis redes sociais identificadas, demonstra uma adaptação cuidadosa a cada uma delas, refletindo sua preocupação com a audiência. Outro ponto relevante é a presença online dos pesquisadores Manuel Gertrudix e Mario Rajas identificados entre os autores que mais produziram sobre a temática, mostrando que a teoria casa com a prática, tendo em vista que produzir conteúdo sobre o uso e potencialidade dessas ferramentas sem um uso efetivo na prática seria contraditório.

E a análise evidencia uma presença que ultrapassa a comunidade acadêmica, expandindo-se em suas redes sociais pessoais. Diante disso, espera-se que pesquisas futuras aprofundem a análise dos artigos identificados e recuperados para este estudo. Essa abordagem mais aprofundada permitirá identificar tendências de pesquisa, instrumentos de coleta e análises propostas, possibilitando uma compreensão mais aprofundada da caracterização desses estudos sobre o uso das redes sociais na divulgação científica.

Referências

ALBERTO TOSTES, R. A importância da divulgação científica. **Revista Acadêmica Ciência Animal**, [S. l.], v. 4, n. 4, p. 73–74, 2006. DOI:10.7213/cienciaanimal. v4i4.9540. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/cienciaanimal/article/view/9540>. Acesso em: 30 out. 2022.

ARAUJO, R. F. Ciência 2.0 e a Presença Online de Pesquisadores: visibilidade e impacto. **Ciência da Informação em Revista**, Maceió, v. 1, p. 32-40, 2014.

ARAUJO, R. F. Presença e reputação online de pesquisadores em redes sociais acadêmicas: implicações para a comunicação científica. **Pesquisa Brasileira em Ciência da Informação e Biblioteconomia**, v. 12, n. 2, 2017.

BUENO, W. C. Comunicação científica e divulgação científica: aproximações e rupturas conceituais. **Informação & Informação**, v. 15, n. 1esp, p. 1-12, 2010. DOI: 10.5433/1981-8920.2010v15n1esp1 Acesso em: 23 out. 2022.

CHOO, C. W. Como ficamos sabendo: Um modelo de uso da informação. In: CHOO, Chun Wei. **A organização do conhecimento: Como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões**. São Paulo: Editora SENAC, 2003. cap. 2. p. 63-120.

CRUZ, A. A. A. C. da, et al. Impacto dos periódicos eletrônicos em bibliotecas universitárias. **Ciência da Informação**, v.32, n.2, 2003.

GARVEY, W.D.; GRIFFITH, B.C. **Communication, the essence of science**, Apêndice A, B. In: GARVEY, W.D. *Communication: the essence of science*. Oxford: Pergamon Press, 1979. p. 299. Disponível em: <http://global-reach.biz/globstats/evol.html>. Acesso em: 12 nov.2022.

GERTRUDIX, M.; RAJAS, M.; ROMERO-LUIS, J.; CARBONELL-ALCOCER, A. Scientific communication in the digital space: actions for the dissemination of research projects under the H2020 program. **El Profesional de la Información**, v. 30, n.1, 2021.

GUIMARÃES, T.; CORDEIRO, R. O instagram e as hashtags como recurso para a recuperação da informação, 2021. **Ámbitos Revista Internacional de Comunicación**. 53. 10.12795/Ambitos. 2021. i53.05.

MOURA, A. M. S. **A Divulgação da Ciência como Literatura**. Rio de Janeiro: Casa da Ciência Editora: UFRJ, 2003.

REIS, J.; GONÇALVES, N.L. **Veículos de divulgação científica**. In: KREINZ, G., PAVAN, C. (orgs.). *Os donos da paisagem*. São Paulo: Publicações NJR, 2000. p.7-69.

SIQUEIRA, J. C. Biblioteconomia, documentação e ciência da informação: história, sociedade, tecnologia e pós-modernidade. **Perspectivas em Ciência da Informação**, Belo Horizonte, v. 15, n. 3, p. 52-66, 2010. Disponível em: <http://portaldeperiodicos.eci.ufmg.br/index.php/pci/article/view/1124>. Acesso em: 23 out. 2022.

SILVEIRA, E; SENA, P. M.; DUARTE, E. J. Revista ACB: a divulgação científica no facebook. **RBBB**, São Paulo, v. 131, p. 2287-2299, dez. 2017.

TARGINO, M. G.; TORRES, N. H. **Comunicação Científica Além da Ciência**. Ação midiática: estudos em Comunicação, Sociedade e Cultura, Paraná, n. 7, 2014. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/acaomidiatica/article/view/36899/22924>. Acesso em: 23 out. 2022.

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posições dos fatores no fluxo da informação. **Encontros Bibli: Revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, Florianópolis, n. esp., 1. sem., 2006.

TOMAÉL, M. I.; ALCARÁ, A. R.; DI CHIARA, I. G. Das redes sociais à inovação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago., 2005.

VALERIO, P. M.; PINHEIRO, L. V. R. Da comunicação científica à divulgação. **Transinformação**, Campinas, v. 2, n. 20, p. 159-169, 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/tinf/v20n2/04.pdf>. Acesso em: 15 jul. 2020.

VALERIO, P. M. Comunicação científica e divulgação: o público na perspectiva da Internet. In: PINHEIRO, L. V. R.; OLIVEIRA; PRÍNCIPE, E. (Orgs.). **Múltiplas facetas da comunicação e divulgação científicas**: transformações em cinco séculos. Brasília: IBICT, 2012, 367 p.

NOTAS

CONTRIBUIÇÃO DE AUTORIA

Concepção e elaboração do manuscrito: E. B. Santana

Coleta de dados: E. B. Santana

Análise de dados: E. B. Santana; N. H. Presser

Discussão dos resultados: E. B. Santana

Revisão e aprovação: N. H. Presser

DECLARAÇÃO DE DISPONIBILIDADE DOS DADOS

Todo o conjunto de dados que dá suporte aos resultados deste estudo foi publicado no próprio artigo.

FINANCIAMENTO

Não se aplica

CONFLITO DE INTERESSES

Não se aplica

REVISÃO E NORMALIZAÇÃO

Os autores

EDITOR RESPONSÁVEL

Patrícia Nascimento Silva (<https://orcid.org/0000-0002-2405-8536>)

EQUIPE DE APOIO

Josiane Santos Lima (<https://orcid.org/0009-0001-2672-0351>)

HISTÓRICO

Recebido em: 28-02-2024 – Aprovado em: 14-05-2024 – Publicado em: 29-05-2024.